

Saimaan ammattikorkeakoulu  
Liiketalous Lappeenranta  
Kansainvälinen kauppa  
Venäjän kauppa

Marjut Rautiainen

# **VIISUMIVAPAAT MATKAT VENÄJÄLLE – TUOTTEISTAMINEN JA LAATU CASE: SAIMAAN MATKAVERKKO OY**

Opinnäytetyö 2010

## TIIVISTELMÄ

Marjut Rautiainen

Viisumivapaat matkat Venäjälle – tuotteistaminen ja laatu, Case: Saimaan

Matkaverkko Oy, 71 sivua, 3 liitettä

Saimaan ammattikorkeakoulu, Lappeenranta

Liiketalous, Kansainvälisen kaupan koulutusohjelma

Venäjän kauppa

Opinnäytetyö 2010

Ohjaajat: Koulutuspäällikkö Sari Jokimies

Vuonna 2009 voimaan astunut risteilymatkojen viisumivapaus Venäjälle muutti Saimaan Matkaverkon Viipuriin suuntautuvien risteilyjen järjestelykäytäntöjä sekä yrityksen että asiakkaiden kannalta. Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on pohtia Matkaverkon viisumivapaiden matkojen tuotteistamisprosessin onnistumista ja arvioida noiden palvelujen laatua asiakkaiden mielipiteiden kautta. Samalla pyritään löytämään mahdollisia kehitysehdotuksia viisumivapaille risteilymatkoille.

Viisumivapaiden matkojen tuotteistamisen ja laadun selvittämisessä käytettiin apuna erilaisia teorialähteitä, kuten alan kirjallisuutta ja verkkojulkaisuja. Myös Saimaan Matkaverkon kautta saatua aineistoa käytettiin empiirisen tutkimuksen tukena. Tärkeänä opinnäytetyön osana käsiteltiin viisumivapautta ja sen vaikutusta Matkaverkkoon. Lisäksi asiakastytyväisyyttä ja matkojen laatua tutkittiin risteilymatkoilla suoritettujen kyselyjen avulla. Työn tutkimusmenetelmänä käytettiin kvantitatiivisen ja kvalitatiivisen tutkimusmenetelmän yhdistelmää.

Empiiristä osiota varten laaditut kyselyt suoritettiin laivamatkojen aikana ennen syksyn 2010 risteilykauden päättymistä. Kyselylomake laadittiin suomalaisille ja ulkomaalaisille viisumivapaille matkustajille sekä viisumillisille laivan ja linja-auton yhdistelmän valinneille päivämatkustajille. Kyselytutkimuksen pääasiallisena tarkoituksena oli selvittää asiakkaiden matkavalinnan perusteita ja tyytyväisyyttä matkaansa. Huomiota kiinnitettiin hieman myös viisumivapauden mahdolliseen laajenemiseen. Analysoinnissa keskityttiin viisumivapailla matkoilla olleilta suomalaisilta saatuihin tuloksiin, joihin ulkomaalaisten ja viisumillisten matkustajien vastauksia pyrittiin vertaamaan.

Opinnäytetyön tutkimuksen perusteella havaittiin, että Saimaan Matkaverkko on onnistunut viisumivapaiden matkojen tuotteistamisprosessissa ja asiakkaat kokivat matkat laadukkaiksi. Asiakkaiden näkemykset ja mielipiteet auttoivat löytämään myös joitakin kehitettäviä piirteitä viisumivapaissa matkoissa.

Asiasanat: tuotteistaminen, palvelun laatu, asiakastytyväisyys, viisumivapaus

## ABSTRACT

Marjut Rautiainen

Visa-Free Cruises to Russia – Productization and Quality, Case: Saimaa Travel Net, 71 pages, 3 appendices

Saimaa University of Applied Sciences, Lappeenranta

Degree Programme in International Business

Specialisation of Russian Trade

Bachelor's Thesis 2010

Instructor: Sari Jokimies, Degree Programme Manager

The purpose of this thesis was to describe the productization and quality of visa-free cruises, which Saimaa Travel Net arranges via the Saimaa Canal from Lappeenranta to Vyborg. The study discusses how successful the productization process has been and measures the quality of the trips through customers' opinions. Additionally, the research seeks to discover proposals for developing the cruises further.

Different kinds of sources of information, such as literature and electronic publishing, were used in the theoretical part of the thesis to describe the productization and service quality. Some source material from Saimaa Travel Net was received for the empirical part. The important part of the study was to examine the exemption from visa when travelling to Russia and its impact on Saimaa Travel. In addition, the research included the enquiries carried out during the cruises. Both quantitative and qualitative methods were used in the study.

The enquiries of the research were addressed to three different target groups: Finns and foreigners making a visa-free trip and travelers who had chosen the trip with a combined method of transportation, i.e. by bus and ship. The main purpose of the questionnaire was to find out customer satisfaction and customers' selection criteria for the trips. Some attention was also paid to the future of the visa-free trips. The most crucial results in this thesis were those received from Finnish visa-free travelers.

The research of this thesis revealed that Saimaa Travel Net has succeeded in the process of productization, and customers found the quality of the visa-free trips good. The outlooks and opinions of the customers also gave some useful suggestions for the features which need to be developed regarding visa-free cruises to Russia.

Keywords: Productization, Service Quality, Customer Satisfaction, Visa-Free

# SISÄLTÖ

1 JOHDANTO .....	5
1.1 Perusteluja aiheen tutkimiselle .....	5
1.2 Tutkimuksen tavoitteet ja rajaukset.....	6
1.3 Tutkimuksessa käytetty menetelmä.....	7
1.4 Tutkimuksen pääasiallinen sisältö .....	8
2 SAIMAAN MATKAVERKKO OY .....	10
3 PALVELUN TUOTTEISTAMINEN JA LAATU .....	11
3.1 Palvelun määritelmä .....	13
3.1.1 Aineettomuus .....	15
3.1.2 Heterogeenisuus.....	15
3.1.3 Prosessimaisuus.....	16
3.1.4 Palvelutuote ja palvelupaketti.....	17
3.2 Tuotteistamisen keinot.....	19
3.2.1 Vakioiminen ja systematisointi .....	19
3.2.2 Konkretisointi .....	21
3.2.3 Hinnoittelu .....	23
3.3 Palvelun laadun määritelmä .....	24
3.3.1 Palvelun laatu .....	25
3.3.2 Asiakastyytyväisyys laadun mittarina .....	26
4 VIISUMIVAPAAUS VENÄJÄLLE .....	28
4.1 Historiaa .....	29
4.2 Nykyään: Saimaan Matkaverkon sopeutuminen .....	31
4.3 Viisumivapaiden matkojen palveluprosessi .....	33
4.4 Viisumivapaiden matkojen järjestämisen haasteita .....	36
4.5 Kilpailutilanne ja tulevaisuus.....	37
5 EMPIIRINEN TUTKIMUS.....	39
5.1 Kyselylomakkeet .....	40
5.2 Kyselyjen aikataulu ja toteutus .....	40
5.3 Kyselyjen tulosten analysointi.....	41
6 KYSELYTUTKIMUKSEN TULOKSET .....	44
6.1 Viisumivapaat matkat: suomalaiset vastaajat .....	44
6.2 Viisumivapaat matkat: ulkomaalaiset vastaajat .....	54
6.3 Viisumilliset vastaajat .....	57
6.4 Viisumivapaus tulevaisuudessa.....	60
7 PÄÄTELMÄT.....	65
KUVIOT .....	69
LÄHTEET .....	70

## LIITTEET

Liite 1 Kyselylomake suomalaisille viisumivapaille matkustajille

Liite 2 Kyselylomake ulkomaalaisille viisumivapaille matkustajille

Liite 3 Kyselylomake suomalaisille viisumillisille päivämatkustajille

# 1 JOHDANTO

Nyky-yhteiskunnassa palvelu on yleensä keskeisellä sijalla yritysten toiminnassa niiden toimialasta riippumatta. Sen vuoksi palvelun laadun määrittäminen ja pyrkimykset laadun parantamiseen ovat ensiarvoisen tärkeitä yrityksen tehokkaan ja kannattavan liiketoiminnan aikaansaamiseksi. Yksi nykyaikainen termi palvelujen kehittämiseksi on tuotteistaminen, jota voidaan hyödyntää sekä palvelun suunnittelu- että toteutusvaiheessa. Usein palvelun laatua mitataan asiakastyytyväisyydellä, ja tuotteistamisen avulla yritys voi pyrkiä jo etukäteen vaikuttamaan asiakkaidensa laatuksityönsä ja mielikuviin tarjottavista palveluista.

Lappeenrantalainen Saimaan Matkaverkko Oy on Venäjälle suuntautuvia matkailu- ja viisumipalveluja tarjoava yritys. Matkaverkon tärkeimpiä matkailupalveluja ovat jo usean kesäkauden ajan olleet risteilymatkat Viipuriin. Vuonna 2009 voimaan astuneen risteilymatkojen viisumivapauden myötä noiden matkojen merkitys Saimaan Matkaverkolle korostui entisestään. Tässä opinnäytetyössä tarkastelun kohteena on aiheen mukaisesti viisumivapaiden matkojen tuotteistamisen ja laadun arviointi sekä noiden palvelujen kehittäminen edelleen. Viisumivapauteen liittyvien piirteiden käsitteleminen on myös tärkeä osa opinnäytetyötä.

## 1.1 Perusteluja aiheen tutkimiselle

Viisumivapaus on ollut EU:n ja Venäjän välisenä keskustelunaiheena jo useita vuosia, ja se kiinnostaa sekä yrityksiä että yksityisiä henkilöitä. Juuri viisumivapauden ajankohtaisuuden ja uutuuden vuoksi aiheeseen on mielenkiintoista perehtyä tarkemmin. Kun risteilymatkojen viisumivapaus astui voimaan, Saimaan Matkaverkon oli sopeutettava kesän risteilymatkat lainsäädännön mukaiseksi, jotta nuo matkat onnistuisivat ja ne olisivat asiakkaille mahdollisimman vaivattomia. Saimaan Matkaverkko pääsi noihin tavoitteisiinsa hyvin, vaikka varoitusaika asetuksen voimaan astumiselle oli todella lyhyt. Varmasti tämä oli suurelta osin sen ansiota, että Matkaverkolla on jo monen vuoden kokemus matkojen järjestämisestä nimenomaan Venäjälle (Kinnunen & Laine 2010).

Vuonna 2009 Saimaan Matkaverkko oli ainoa suomalainen yritys, joka järjesti viisumivapaita matkoja Venäjälle, joten sillä oli todellinen tuote- ja kilpailuetu muihin Venäjän matkoja järjestäviin yrityksiin nähden. Vuoden 2010 matkat järjestettiin jo enemmän rutiinilla, kun tiedettiin, mitä viisumivapaus vaatii. Siitä huolimatta noita matkailupalveluja ja niihin liittyviä prosesseja on tarpeen tarkastella lähemmin, jotta sekä yritys että asiakkaat voisivat hyötyä. Tarvetta tutkimukselle on, sillä viisumivapaisiin matkoihin liittyvää tutkimusta ei ole aikaisemmin tehty.

Itse kiinnostuin viisumivapauden ja siihen liittyvien matkailupalvelujen syvällisemmästä tutkimisesta, kun aloitin harjoittelun ja kesätyön Saimaan Matkaverkon Lappeenrannan toimistossa vuoden 2010 keväällä. Työtehtäväni liittyivät juuri viisumivapaisiin matkoihin, muun muassa matkustajaluetteloiden laatimiseen, ja matkojen järjestelykäytännöt tulivat kesän aikana hyvin tutuiksi. Eräs opettajani mainitsi myös, että työtehtäviini liittyvä opinnäytetyöaihe voisi olla ajankohtainen ja hyödyllinen sekä Saimaan Matkaverkolle että itselleni. Lisäksi Saimaan Matkaverkon toimitusjohtaja Kirsti Laine on kannustanut viisumivapausaiheen laajempaan tutkimiseen matkojen kehittämisen tueksi.

## **1.2 Tutkimuksen tavoitteet ja rajaukset**

Opinnäytetyön keskeisenä tavoitteena on selvittää ja arvioida Saimaan Matkaverkon viisumivapaiden matkojen tuotteistamista eli sitä, miten hyvin noille matkailupalveluille on onnistuttu saamaan konkreettisen tuotteen piirteitä. Tähän liittyy tärkeänä osana matkojen laadun asiakaslähtöinen tarkasteleminen. Asiakkaiden näkökulma opinnäytetyöhön saatiin risteilykauden lopussa suoritettujen kyselyjen avulla. Työn pääpaino on siis viisumivapaissa matkoissa, mutta kyselyn avulla tarkasteltiin myös risteilymatkoihin liittyviä viisumillisia päivämatoja, joissa toinen suunta kuljetaan laivalla ja toinen linja-autolla (bussi-laiva- ja laiva-bussimatkat). Näiden viisumillisten matkojen tarkastelemisen tavoitteena oli lähinnä selvittää, mitkä tekijät vaikuttavat siihen, että jotkut asiakkaista valitsevat viisumillisen matkan viisumittoman sijaan. Lisäksi opinnäytetyössä pohditaan, onko viisumivapaita matkoja mahdollista tuotteistaa edelleen. Näin pyritään saamaan tulevaisuuden hyötyä sekä Saimaan Matkaverkolle että sen asi-

akkaille.

Kun opinnäytetyössä puhutaan viisumivapaudesta, tarkoitetaan nimenomaan nykyistä, risteilymatkoja koskevaa, viisumivapautta, mikäli toisin ei mainita. Tulevaisuudessa viisumivapaus saattaa käsittää myös muita kuin laivalla tehtäviä matkoja Venäjän suuntaan tai venäläisten viisumivapauden EU:n alueelle. Tätä laajempaa viisumivapautta sivutaan myös opinnäytetyössä. Kyselyistä saatujen asiakkaiden mielipiteiden avulla kohdistetaan huomiota siihen, mitä vaikutuksia laajemmalla viisumivapaudella olisi Saimaan Matkaverkkoon. Sen tarkastelu voi auttaa varautumaan ja valmistautumaan palvelujen tarjoamiseen jo ennalta. Tulevaisuudennäkymien syvälinen tarkastelu ei kuitenkaan ole tässä tutkimuksessa mahdollista, vaan se vaatisi täysin oman tutkimustyön tekemistä.

### **1.3 Tutkimuksessa käytetty menetelmä**

Tutkimusta tehtäessä on tärkeää valita oikeanlainen tutkimusmenetelmä, jotta tutkimuksesta voidaan hyötyä ja siihen voidaan luottaa. Tutkimuksissa yleisimpiä käytettäviä menetelmiä ovat kvantitatiivinen eli määrällinen ja kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimusmenetelmä. (Vilkka 2005, 73; Vilkka 2007, 14.) Tämän opinnäytetyön tutkimusosiossa käytetään apuna kummankin tutkimusmenetelmän aineksia. Yksi näiden tutkimusmenetelmien tiedonkeruumenetelmistä on kyselylomake, jota hyödynnettiin myös tässä opinnäytetyössä. Viisumivapaita risteilymatkoja ja viisumillisia päivämatkoja varten laaditut kyselyt (liitteet 1 - 3) suoritettiin ennen kesän 2010 risteilykauden päättymistä. Kyselylomake sisältää siis sekä määrälliseen tutkimukseen liittyviä monivalintakysymyksiä että laadullisia avoimia kysymyksiä. Vastausten avulla voitiin selvittää asiakkaiden tyytyväisyyttä ja viisumivapaisiin matkoihin liittyviä kehitysehdotuksia sekä heidän Venäjälle suuntautuvaa matkustusmotivaatiotaan ja -halukkuuttaan.

Määrällinen eli kvantitatiivinen tutkimus nimensä mukaisesti mittaa muuttujien välisiä suhteita ja eroja numeerisesti. Muuttujina määrällisessä tutkimuksessa voivat olla esimerkiksi ikä, sukupuoli tai mielipide. Määrällinen tutkimus yleisimmin selvittää vastauksia kysymyksiin, kuinka moni, kuinka paljon tai kuinka usein. Yleensä vastaajia on määrällisessä tutkimuksessa paljon, jotta tulosten

esittäminen numeerisesti on mahdollista ja täsmällistä. Suositellaan, että kyselyn vastausten vähimmäismäärä olisi määrällisessä tutkimuksessa 100. (Vilka 2007, 13 - 17.) Tämän opinnäytetyön keskeisimmästä, suomalaisille viisumivapaille matkustajille laaditusta, kyselystä saatiin 482 vastausta, joten kyselyn tuloksiin voi vastausten määrän perusteella melko hyvin luottaa. Määrällisellä tutkimusmenetelmällä voidaan analysoida monia kyselyjen kysymyksistä, muun muassa vastaajien ikäjakaumaa, tyytyväisyyttä tai kiinnostusta tehdä viisumivapaa matka uudelleen.

Laadullisen eli kvalitatiivisen tutkimuksen tavoitteena on hahmottaa vastaajien kokemuksia tai käsityksiä tutkittavasta aiheesta. Tässä tutkimusmenetelmässä ei tutkija välttämättä täysin ymmärrä vastaajan kokemuksia analysoidessaan niitä, mikä voi aiheuttaa tutkimusongelmia. Laadullisen tutkimuksen tavoitteena ei kuitenkaan ole täsmällisen totuuden etsiminen tutkittavasta asiasta. Sen sijaan tutkija pyrkii tekemään tulkintoja vastaajien kokemusten ja käsitysten perusteella. (Vilka 2005, 97 - 98, 101.) Tämän opinnäytetyön kyselylomakkeissa asiakkailta kysytyjä laadulliseen tutkimukseen liittyviä kysymyksiä olivat esimerkiksi mielipide Matkaverkosta matkanjärjestäjänä sekä mahdolliset viisumivapaisiin matkoihin liittyvät kehitysehdotukset.

#### **1.4 Tutkimuksen pääasiallinen sisältö**

Opinnäytetyön alussa esitellään toimeksiantajayritys eli Saimaan Matkaverkko Oy ja kerrotaan yleisesti tärkeimpiä asioita sen toiminnasta. Opinnäytetyön empiiristä osiota tukee teoriaosuus, jossa perehdytään markkinoinnin alalla käytettävään tuotteistamisen käsitteeseen sekä palvelun laadun määrittelemiseen. Viisumivapaat risteilymatkat Venäjälle ovat Saimaan Matkaverkon tarjoamia matkailupalveluja ja palvelut eroavat monin tavoin konkreettisista tuotteista. Sen vuoksi ennen tuotteistamisen ja laadun käsittelemistä, on syytä tarkastella yleisesti palvelun määritelmää, sen ominaispiirteitä ja osa-alueita.

Palvelun tuotteistamisella on monia erilaisia määritelmiä, ja siihen sisältyy useita asioita, joiden avulla palveluja voidaan pyrkiä tuotteistamaan ja kehittämään. Näitä ovat esimerkiksi palvelun vakioiminen, systematisointi, konkretisointi ja



hinnoittelu. (Jaakkola, Orava & Varjonen 2009, 1.) Opinnäytetyön teoriaosuudessa käsitellään näitä tuotteistamisen eri käsitteitä. Lisäksi pohditaan, miten Saimaan Matkaverkko on hyödyntänyt kutakin niistä viisumivapaiden matkojen järjestämisessä.

Palvelun tuotteistamiseen liittyy läheisesti palvelun laadun tarkasteleminen, joka on yksi teoriaosuuden osa-alueista. Laadun määrittäminen ja mittaaminen on palvelujen alalla haastavaa. Teoriaosuudessa on pyritty löytämään tärkeimmät palvelun laadun tekijät. Palvelujen laatua mitataan usein asiakkaiden mielipiteiden ja asiakastyytyväisyyden avulla, kuten myös tämän opinnäytetyön tutkimusosiossa.

Opinnäytetyön aiheeseen liittyy läheisesti viisumivapaus, jota käsitellään omassa luvussaan, sen historiasta nykyhetkeen ja tulevaisuuteen. Viisumivapausosiossa kerrotaan myös viisumivapaiden matkojen järjestelykäytännöistä matkanjärjestäjän eli Saimaan Matkaverkon kannalta sekä pohditaan viisumivapauden asettamia haasteita ja esimerkiksi kilpailutilanteen tulevaisuudennäkymiä.

Empiirinen tutkimus koostuu Saimaan Matkaverkon asiakkaille tehtyjen kyselyjen analysoimisesta. Tarkoituksena on antaa yleiskuva kyselyjen vastausten tuloksista. Analysoinnissa keskitytään tarkastelemaan eniten suomalaisten viisumivapaiden matkustajien kyselytuloksia, joihin ulkomaalaisten ja viisumillisten päivämatkalla olleiden vastauksia pyritään vertaamaan. Viimeisessä luvussa esitetään yhteenvetona päätelmiä tutkimuksen tuloksista.

## 2 SAIMAAN MATKAVERKKO OY

Tässä luvussa annetaan yleiskatsaus opinnäytetyön toimeksiantajayrityksestä, eli lappeenrantalaisesta Saimaan Matkaverkko Oy:stä.

Saimaan Matkaverkko Oy on matkatoimistoyritys, joka on erikoistunut Venäjälle suuntautuvien matka- ja viisumipalvelujen tarjoamiseen. Yritys on perustettu vuonna 1996. Sen omistajana ja toimitusjohtajana toimii Kirsti Laine. Saimaan Matkaverkon emoyhtiö ja päätoimipaikka sijaitsevat Lappeenrannassa. Henkilökuntaa Lappeenrannan toimistossa on sesongin ulkopuolella 10 - 13 työntekijää ja sesonkiaikana eli kesäisin 16 - 18 työntekijää. Matkaverkolla on edustusto Pietarissa ja Moskovassa sekä pian myös Viipurissa. Lisäksi Matkaverkolla on kaksi tytäryhtiötä: varustamo Saimaa Travel Oy Suomessa sekä OOO Saimaa Travel Pietarissa. Koko konsernin vuotuinen liikevaihto on noin 2,9 miljoonaa euroa. (Laine 2010b.)

Saimaan Matkaverkko tarjoaa matkailupalveluja Venäjälle ympäri vuoden sekä yksityisille henkilöille että ryhmille. Asiakkaista suurin osa on suomalaisia, mutta erityisesti sesonkiaikaan yritys saa myös ulkomaalaisia asiakkaita. Matkailupalveluihin kuuluvat esimerkiksi loma- ja liikematkojen järjestäminen, ja myös viisumipalvelut ovat tärkeä osa yrityksen palvelutarjontaa. Toisaalta Saimaan Matkaverkko hoitaa Venäjän edustustojen ja toimiston välityksellä Suomeen saapuvien venäläisten matkailijoiden matkajärjestelyjä. Kesäkausina Viipurin risteilyt m/s Carelialla ovat olleet yksi yrityksen päämatkailutuotteista, ja vuonna 2010 Saimaan Matkaverkko hankki omistukseensa kotimaassa Saimaan risteilyjä varten m/s Brahe -matkustaja-aluksen.

Visiona Saimaan Matkaverkolla on ”olla Suomen suurin ja luotettavin Venäjän matkailuun erikoistunut matkanjärjestäjä”. Tähän yrityksellä on hyvät edellytykset, koska sillä on Venäjän matkailusta pitkän kokemuksen omaavaa henkilökuntaa ja Venäjän toimintaympäristön tuntemusta. Myös yhteistyökumppaneita Matkaverkolla on laajasti sekä Suomessa että Venäjällä. (Laine 2010a.)

Saimaan Matkaverkko on järjestänyt kesäkausina risteilymatkoja Saimaan kanavan kautta Viipuriin jo vuodesta 2003 lähtien. Kesäkausi kestää toukokuun keskivaiheilta syyskuun alkuviikoille. Saimaan Matkaverkon tytäryritys, varustamo, Saimaa Travel Oy on vuokrannut Lappeenrannan Laivat Oy:ltä m/s Carelia-nimisen matkustaja-aluksen, jossa on 200 kansipaikkaa matkustajille. Työntekijöitä laivassa on noin 13. Vuoden 2009 keväästä risteilyt Viipuriin ja Pietariin ovat olleet viisumivapaita, mikä on tuonut muutoksia risteilyjen järjestämiseen sekä tehnyt matkalle lähdön helpommaksi asiakkaille. Viisumivapauden myötä Saimaan kanavaristeilyt ovatkin yksi yrityksen suurimmista eduista Venäjän matkailussa. Vuonna 2010 matkustajamäärä Lappeenrannan ja Viipurin välillä m/s Carelialla oli noin 22 000 matkustajaa (Kinnunen & Laine 2010). Viisumivapaudesta ja sen käytännöistä kerrotaan tarkemmin tämän työn luvussa 4.

### **3 PALVELUN TUOTTEISTAMINEN JA LAATU**

Tämä luku käsittelee palvelun kehittämiseen liittyviä tuotteistamisen ja laadun käsitteitä. Ensin määritellään, mitä palvelut ovat ja minkälaisia tunnuspiirteitä niihin liittyy. Sen jälkeen keskitytään tuotteistamisessa käytettäviin menetelmiin: vakioimiseen, systematisointiin, konkretisointiin ja hinnoitteluun. Tuotteistamiseen liittyvää palvelun laadun määritelmää käsitellään luvun viimeisessä osassa.

Kun puhutaan palvelujen kehittämisestä, yrityksen pyrkimyksenä on yleensä parantaa kilpailukykyä, kannattavuutta ja uudistaa liiketoimintaa. Tavoitteisiin päästäkseen yritys voi parantaa tai laajentaa jo olemassa olevia palvelujaan tai kehittää uudenlaisen palvelun nykyisen tilalle. Mahdollista on myös kehittää täysin uusi palvelu, jota ei vielä ole lainkaan yrityksen palvelutarjoomassa. Menestykselliseen palvelujen kehittämiseen liittyy hyvä suunnittelu ja sen toteutus sekä palvelujen kustannustehokkuus ja asiakaslähtöisyys. (Jaakkola ym. 2009, 1 - 3.)

Nykyaikainen termi palvelujen kehittämisessä on tuotteistaminen, johon liittyvien erilaisten toimintamallien hyödyntäminen auttaa yritystä pääsemään haluttuun ja menestykselliseen lopputulokseen. Invenire Market Intelligence Oy:n asiantuntijat Jaakkola, Orava ja Varjonen (2009) ovat laatineet Teknologian ja innovaatioiden kehittämiskeskukselle (Tekes) tuotteistamisen oppaan, jonka avulla tuotteistamisprosessi on helpompi toteuttaa. Oppaasta käy ilmi, että ennen varsinaista tuotteistamisprosessia on tärkeää määritellä ja arvioida yrityksen liiketoimintastrategia, palvelutarjooma ja tuotteistettava palvelu sekä palveluprosessi.

Tuotteistamista tulisi siis lähestyä selvittämällä yrityksellä olemassa oleva palvelutarjooma ja vertaamalla sitä suunniteltuun, tavoitteelliseen palvelutarjoomaan. Näin saadaan selville, vaativatko palvelut kehittämistä. Kun on valittu palvelu, jota pyritään kehittämään, määritellään sen ominaisuudet ja palveluprosessi mahdollisimman tarkasti. Näin päästään varsinaiseen palvelun kehittämisvaiheeseen, joka tapahtuu tuotteistamisessa käytettävien apuvälineiden avulla. Näiden vaiheiden jälkeen on tärkeää seurata ja mitata tuotteistamisen onnistumista, esimerkiksi laadun tarkastelemisen avulla, ja pyrkiä edelleen jatkuvaan palvelujen kehittämiseen. (Jaakkola ym. 2009, 1, 33.)

Seuraavassa on esitetty tuotteistamisprosessi vaihe vaiheelta Tekesin oppaan mukaan:

1. Palvelutarjooman arviointi ja kehittäminen
2. Palvelun määritteleminen
3. Palvelun vakioiminen
4. Palvelun konkretisointi
5. Palvelun hinnoittelu
6. Tuotteistamisen seuranta ja mittaaminen

(Jaakkola ym. 2009.)

Tässä opinnäytetyössä keskitytään viisumivapaiden matkojen osalta tärkeimpiin tuotteistamiseen liittyviin prosesseihin ja käsitteisiin. Matkaverkolla on pitkä kokemus risteilymatkojen järjestämisestä, joten palvelutarjooman arvioimiseen liittyvät strategian, markkinoiden ja kannattavuuden määrittäminen on tehty jo

aiemmin. Vuonna 2009 keväällä Venäjän lakiasetuksen vuoksi oli yritykselle kannattavaa aloittaa viisumivapaiden matkojen tarjoaminen, sillä se muun muassa vähensi kustannuksia ja helpotti matkojen järjestelykäytäntöjä (Kinnunen & Laine 2010). Tarkastelun kohteena ovat siis Saimaan Matkaverkon palvelutarjoomassa jo olemassa olevat palvelut ja työssä pohditaan erityisesti, miten yritys on hyödyntänyt tuotteistamisen eri osa-alueita.

### 3.1 Palvelun määritelmä

Usein palvelu määritellään käsittämään ainoastaan asiakaspalvelutilanteet, joissa on vuorovaikutusta asiakkaan ja palveluntarjoajan välillä. Palvelun käsitteeseen liittyy asiakaspalvelun lisäksi kuitenkin paljon muita elementtejä ja tässä osiossa käsitellään palvelun erilaisia ominaisuuksia. Kuten edeltä kävi ilmi, tuotteistamisessa lähdetään liikkeelle määrittelemällä palvelu, joka on valittu palvelutarjoomasta kehitettäväksi. Tuotteistamisen aluksi yrityksen tulisi pohtia tarkasti kehitettävän palvelun ominaisuuksia, sisältöä, käyttötarkoitusta ja sen toteutusta. (Jaakkola ym. 2009, 11.)

Palvelu eroaa konkreettisesta tuotteesta hyvin monella tavalla. Palvelun käsitettä voidaan käyttää monessa merkityksessä eikä sitä ole aina helppo määritellä. Joskus palvelulla voidaan tarkoittaa yksittäistä palvelutapahtumaa, mutta se voidaan myös rinnastaa tuotteeseen, jolloin siihen yleensä liittyy laajempi palveluprosessi. Tähän palveluprosessiin sisältyy usein asiakkaalle ”näkymättömiä palveluja”. (Grönroos 2000, 49 - 50.) Seuraavassa on lainattu sekä tuotteen että palvelun määritelmä kahden eri teoksen mukaan:

*”Tuote on markkinoitava hyödyke, jota tarjotaan markkinoille arvioitavaksi, ostettavaksi ja/tai kulutettavaksi niin, että asiakkaiden tarpeet, odotukset ja mielihalut tyydytetään.”* (Bergström & Leppänen 2004, 165.)

*”Palvelu on ainakin jossain määrin aineettomien toimintojen sarjasta koostuva prosessi, jossa toiminnot tarjotaan ratkaisuna asiakkaan ongelmiin ja toimitaan yleensä, muttei välttämättä, asiakkaan, palvelutyöntekijöiden ja/tai fyysisten resurssien tai tuotteiden ja/tai palveluntarjoajan järjestelmien välisessä vuorovaikutuksessa.”* (Grönroos 2001, 79.)

Kuten edellisistä lainauksista käy ilmi, palvelun käsite on paljon konkreettista tuotetta laajempi ja prosessimaisempi. Lisäksi palveluun sisältyy usein vuorovaikutusta asiakkaan ja palveluntarjoajan välillä. Tämä ei kuitenkaan tarkoita, että palvelussa tarvittaisiin aina niin sanottuja asiakaspalvelutilanteita. Usein palvelut voivat sisältää sekä suoraa vuorovaikutusta, jossa asiakas on läsnä, että epäsuoraa vuorovaikutusta, jossa palveluntarjoaja toimii asiakkaan hyödyksi, mutta ei tarvitse siihen asiakkaan läsnäoloa. Palvelujen markkinointiin ja johtamiseen erikoistuneen Christian Grönroosin (2001, 79 - 80) mukaan palvelujen määrittämisen sijaan tulisi keskittyä palvelujen ja niiden kulutuksen tunnusomaisiin piirteisiin, joiden tiedostaminen auttaa etenemään palvelujen kehittämisprosessiin.

Tuotteiden ja palvelujen ryhmittelytapoja on monia. Ne voidaan jakaa ryhmiin esimerkiksi niiden ominaisuuksien mukaan. Asiakkaan kannalta kulutushyödykkeet voidaan jakaa rutiiniostoihin ja harkittuihin ostoihin eli investointeihin. Rutiiniostoihin kuuluvat tavarat ja palvelut, joita asiakas ostaa usein ja jotka ovat hinnaltaan edullisia. Niiden valitsemiseksi ja ostamiseksi asiakas ei liiemmin käytä aikaansa. Rutiiniostoiksi voidaan luokitella esimerkiksi päivittäistavara-kaupoissa tehdyt ostot, kuten ruokaostokset. Harkitut ostot ovat usein rutiiniostoja kalliimpia ja arvokkaampia asiakkaalle. Lisäksi asiakkaan osoittama uskollisuus tuotteelle on yksi harkitun oston tuntomerkki. Kuitenkin asiakkaiden eri mieltymykset voivat luokitella saman tuotteen kumpaankin kategoriaan, sekä rutiiniostoksi että harkituksi ostoksi. (Bergström & Leppänen 2004, 166 - 167.) Tässä opinnäytetyössä käsiteltävät viisumivapaat matkat, kuten matkailupalvelut yleensäkin, luokitellaan harkituiksi ostoiksi. Niitä asiakas ei yleensä osta usein ja käyttää niiden ostamiseksi enemmän aikaa, vaivaa sekä tavallisesti myös rahaa päivittäisiin ostoihin verrattuna.

Tunnusomaisia piirteitä palveluille ovat seuraavaksi käsiteltävät prosessiluonteisuus, aineettomuus ja heterogeenisuus sekä tuottamisen ja kuluttamisen samanaikaisuus. Myös asiakkaan rooli palvelujen tuottamisessa on tärkeä, sillä tuotantoprosessi ei ole mahdollinen ilman asiakkaan osallistumista siihen jollain tavalla. (Albanese & Boedeker 2002, 128; Grönroos 2000, 53.)

### **3.1.1 Aineettomuus**

Matkailupalvelujen aineettomuus käy ilmi esimerkiksi siitä, että asiakas ei voi nähdä tai arvioida matkailutuotetta ennen matkaansa. Näin palvelun ostamiseen sisältyy enemmän riskejä kuin konkreettisen tuotteen ostamiseen ja se on tavallaan riskisijoitus asiakkaalle. Matkailupalvelut ovat aineettomia myös siinä mielessä, että niitä ei voi varastoida. Esimerkiksi tietyn aikarajan jälkeen, yleensä viimeistään matkaanlähtöajankohtana, matkoja ei voi enää myydä, vaikka niillä periaatteessa olisi vielä vapaita paikkoja. (Albanese & Boedeker 2002, 128.) Viisumivapaiden matkojen säännösten mukaan näillä matkoilla olevien matkustajien passitiedot on ilmoitettava Venäjän viranomaisille kolme arkivuorokautta ennen matkaa. Näidenkin matkojen myynti on siis lopetettava jo useita päiviä ennen matkan alkua.

Lisäksi palvelujen aineettomuus, erityisesti matkailualalla, näkyy siinä, että niiden lopputuloksena ei synny asiakkaalle aineellista hyötyä konkreettisessa muodossa. Asiakas ei siis omista matkalla oltuaan mitään palveluprosessin tuotosta. Toisaalta palveluihin voi sisältyä myös aineellisia osia. (Grönroos 2001, 83.) Matkailussa tällaisia aineellisia asioita ovat esimerkiksi matka-asiakirjat. Kuitenkin matkan jälkeen noilla asiakirjoilla ei ole enää mitään aineellista arvoa.

### **3.1.2 Heterogeenisuus**

Palvelun heterogeenisuus tarkoittaa, että sen tuottaminen ei ole täysin samanaista jokaiselle asiakkaalle, vaikka kyseessä olisikin saman palvelun tuottaminen. Tämä johtuu muun muassa asiakkaita palvelevien työntekijöiden erilaisista suorituskyyvyistä sekä asiakkaiden erilaisuudesta ja kyvystä sisäistää saamansa palvelu tai siihen liittyvä informaatio. Koska palvelut ovat heterogeenisiä, niiden tuottaminen on haastavaa. Sen vuoksi palveluja tarjoavan yrityksen on hyvä pohtia palveluidensa laatua ja laadun parantamista sekä asiakkaan että yrityksen kannalta. (Grönroos 2000, 55; Albanese & Boedeker 2002, 128.) Tuotteistamisen osa-alueet vakioiminen ja systematisointi ovat keinoja vähentää palvelujen heterogeenisuutta. Vakioimista ja systematisointia käsitellään tämän työn osiossa 3.2.1.

Matkailussa palvelujen heterogeenisuutta lisäävät erilaiset olosuhteelliset tekijät, joihin ei voi vaikuttaa. Näihin tekijöihin kuuluvat matkakohteiden paikalliset ja ilmastolliset tekijät sekä sesonkien aiheuttamat vaihtelut palvelujen kysynnässä ja myös tarjonnassa. Matkapalveluja tarjoavat yritykset ovat myös suuresti riippuvaisia alihankkijoista, jotka usein tarjoavat palveluja matkakohteessa. (Albanese & Boedeker 2002, 129.)

### **3.1.3 Prosessimaisuus**

Grönroosin (2001, 81 - 82) määritelmän mukaan prosessimaisuus on tärkein palvelun tunnuspiirre. Palveluihin sisältyy tavallisesti erilaisia toimintoja ja resursseja, joiden avulla pyritään tavoittamaan asiakkaan toivomusten mukainen lopputulos. Lisäksi palvelut tuotetaan ja kulutetaan samanaikaisesti. Haasteena tässä on tuotantokapasiteetin mitoitus sopivaksi sekä sesonkiaikoina että sesongin ulkopuolella, jotta yrityksen toiminta olisi mahdollisimman kannattavaa ja tehokasta. Apukeinoja kapasiteetin mitoituksen arvioimiseen ovat markkinoinnissa esimerkiksi hinnoittelu sekä matkojen varausjärjestelmät. (Albanese & Boedeker 2002, 128.)

Palveluun liittyvät prosessit eroavat suuresti konkreettisen tuotteen valmistusprosessista. Asiakas on olennainen osa palveluprosessia ja osallistuu palvelun tuottamiseen. Asiakas ei siis vain ota palvelua vastaan, vaan on yksi sen tuotantoresursseista. Siksi hän voi myös itse vaikuttaa suuresti siihen, millainen on palvelun lopputulos. Toisaalta asiakas voi vaikuttaa myös toisten asiakkaiden kokemuksiin palvelun laadusta. (Albanese & Boedeker 2002, 128.) Asiakas on palvelujen tuotantoprosessissa hyvin tärkeä resurssi myös siinä mielessä, että asiakkaita voi yrittää "varastoida" eli saada asiakkaat käyttämään uudelleen yrityksen palveluja. (Grönroos 2001, 82.)

Kuten aiemmin todettiin, palveluun kuuluu tavallisesti useita osatekijöitä, jotka voivat olla esimerkiksi konkreettisia tavaroita, palveluja ja henkilöitä (Bergström & Leppänen 2004, 166). Koska asiakkaalla on tärkeä rooli palvelun tuottamisprosessissa, yrityksen tulee palvelun sisältöä määriteltäessä perehtyä huolellisesti koko palveluprosessiin eli palveluja tuottaviin toimintoihin. Palveluprosessi



muodostuu sekä asiakkaalle näkyvistä että näkymättömistä osista. Näkymättömiä osia ovat yrityksen sisällä tapahtuvat toimet palvelun tarjoamiseksi. Näkyvät osat koostuvat vuorovaikutustilanteista asiakkaan kanssa. Palveluprosessia on hyödyllistä tarkastella vaihe vaiheelta ja kuvata kaikki prosessin työvaiheet ja mukana olevat tahot ja resurssit. (Jaakkola ym. 2009, 15.) Asiakkaalle palvelun hyöty muodostuu prosessin kuluessa tai lopputuloksena (Lehtinen & Niinimäki 2005, 40). Viisumivapaiden matkojen palveluprosessia käsitellään tarkemmin tämän opinnäytetyön luvussa 4.

#### **3.1.4 Palvelutuote ja palvelupaketti**

Palvelun lopputuloksena ei välttämättä synny mitään konkreettista tuotetta, kuten palvelun määritelmää käsittelevässä osiossa todettiin. Siitä huolimatta se voidaan mieltää myös tuotteeksi. Usein puhutaan palvelutuotteista. Niin konkreettisessa tuotteessa kuin palvelutuotteessakin voidaan erotella eri osia niin sanotuiksi kerroksiksi, joista koko tuote koostuu. Palvelun kerrokset muodostuvat ydinpalvelusta, lisäpalveluista ja tukipalveluista. (Bergström & Leppänen 2004, 173.)

Ydinpalvelu on palvelutuotteen tärkein osa, joka kuvaa palvelun keskeistä tarkoitusta eli sitä, miksi asiakas on valmis ostamaan sen. Toisin sanoen ydinpalvelu on perusmääritelmä yrityksen tarjoamasta palvelusta, jonka ympärille yrityksen liiketoiminta on perustamisesta lähtien keskittynyt. Tukipalveluilla tarkoitetaan ydinpalvelun ympärillä olevia välttämättömiä palveluja, joiden avulla palvelutuotteesta tulee onnistunut, ja se saa aikaan asiakkaan mieltymysten mukaisen lopputuloksen. (Bergström & Leppänen 2004, 173.)

Lisäpalvelut ovat niin sanottuja liitännäispalveluja, jotka ovat asiakkaalle yleensä maksullisia. Ne tuottavat ydinpalvelulle lisäarvoa eli auttavat vastaamaan paremmin asiakkaan yksilöllisiä tarpeita. Kaikki palvelutuotteen kerrokset muodostavat mielikuvatuotteen, joka vaikuttaa asiakkaan ostokäyttäytymiseen ja laatukäsityksiin tarjottavasta palvelusta. (Bergström & Leppänen 2004, 173; Isoviita & Lahtinen 1998, 132; Jaakkola ym. 2009, 11.)

Usein palveluista muodostuvia yhtenäisiä kokonaisuuksia eli palvelutuotteita kutsutaan myös palvelupaketeiksi. Palvelupaketille on monenlaisia määritelmiä. Yleisen määritelmän mukaan se sisältää sekä aineelliset että aineettomat palvelun osat ydinpalvelun ympärillä. (Isoviita & Lahtinen 1998, 57.) Usein palvelupaketilla tarkoitetaan ainoastaan palvelun sisältöä eli sitä, mitä asiakkaalle tarjotaan. Tällöin palvelupaketti ja palvelun tuotantoprosessi muodostavat yhdessä palvelutuotteen (LUT). Yrityksen onkin tärkeää ottaa huomioon pelkän palvelun sisällön lisäksi se, miten palveluprosessi toteutetaan arvioidessaan ja kehittäessään palvelujaan (Grönroos 2001, 108, 225).

Tässä opinnäytetyössä käsiteltävien Saimaan Matkaverkon viisumivapaiden matkojen ydinpalveluna eli ydintuotteena on Venäjän matkat, niiden myynti ja järjestäminen. Tätä ydinpalvelua tukevia palveluja ovat koko matkanjärjestelyprosessiin liittyvät toiminnot, jotka ovat välttämättömiä matkan onnistumiseksi. Periaatteessa siis kaikki toiminnot ja palvelut, jotka sisältyvät matkan hintaan, ovat tukipalveluja. Yleisiä matkatoimiston tukipalveluja ovat esimerkiksi asiakaspalvelu, matkaan liittyvä yhteydenpito asiakkaan kanssa ja palvelut, jotka kuuluvat asiakkaalle matkakohteessa.

Viisumivapaisiin matkoihin liittyvät tukipalvelut eroavat jonkin verran viisumillisten matkojen tukipalveluista ja vaativat matkanjärjestäjältä tiettyjä toimenpiteitä. Viisumivapaat matkat edellyttävät, että ne on järjestetty samanlaisina matkapaketteina kaikille asiakkaille sisältäen yhteisen matkaohjelman. Viisumivapaa matkapaketti on siis palvelupaketti, jossa ydinpalveluun on liitetty muita palveluja onnistuneen lopputuloksen aikaansaamiseksi. Viisumivapaiden matkojen tukipalveluihin kuuluu byrokratian hoitaminen Venäjän viranomaisten kanssa asiakkaan puolesta, kuljetukset laivalla Lappeenrannan ja Viipurin välillä, lähtöselvityspalvelut, satamamaksut, palvelut laivalla, kuljetukset ja kiertoajelu Viipurissa, hotellimatkoilla hotellijärjestelyt sekä matkanjohtajan palvelut matkan aikana. Pietarissa matkaan on liitetty kanavaristeily.

Saimaan Matkaverkko tarjoaa viisumivapaille matkailijoille myös lisäpalveluja. Selvimmin havaittavissa oleva lisäpalvelu on mahdollisuus varata yöpymismatkoille retkiä Viipurissa joko Viipurin linnaan, Pyöreään Torniin tai kaupungin lä-

hellä sijaitsevaan Viikinkikylään ja Pietarissa Eremitaasiin. Asiakas voi myös halutessaan varata ruokailuja laivamatkoille tai tilata esimerkiksi räätälöityjä retkiä tai kuljetuksia kohteessa. Lisäksi on tarjolla viisumivapaisiin matkoihin yhdistettyjä Caravan-paketteja tai hotellimajoitusjärjestelyjä Lappeenrannassa. Laivalla lisäpalvelujen piiriin kuuluu esimerkiksi Tax free -myymälän ja ravintoloiden palvelut.

### **3.2 Tuotteistamisen keinot**

Tuotteistamisen avulla palvelulle pyritään saamaan mahdollisimman paljon konkreettisen tuotteen ominaispiirteitä. Myös palveluprosessin tehokkuutta ja laadukkuutta pyritään parantamaan sekä yrityksen sisäisissä että asiakkaalle näkyvissä palveluprosesseissa ja näin tuotteistamisen tavoitteena on molempien osapuolten hyöty. Tuotteistamisessa lähdetään liikkeelle jo aiemmin tässä työssä käsitellyistä palvelun ja palveluprosessin määrittelemisestä, joiden avulla löydetään yrityksen tarjoomasta kehittämisen tarpeessa olevat palvelut.

Tuotteistamisessa on mahdollista vakioida, systematisoida ja konkretisoida palveluja. Myös hinnoitteluperusteiden määrittelemine ja sopivan hinnoittelumenetelmän valitseminen kuuluvat tuotteistamisprosessiin. Seuraavaksi perehdytään keinoihin, joita voi käyttää palvelun tuotteistamisen apuna. Lisäksi kuhunkin tuotteistamisen käsitteeseen liittyen tarkastellaan Saimaan Matkaverkon tekemiä viisumivapaiden matkojen tuotteistamistoimia.

#### **3.2.1 Vakioiminen ja systematisointi**

Palvelun vakioiminen, josta käytetään myös nimitystä standardointi, on yksi keino palvelun tuotteistamiseksi. Vakioimisen tarkoituksena on tuottaa mahdollisimman samanlainen palvelu kaikille kyseisen palvelun asiakkaille. Vakioimisen avulla palvelun laatu pidetään tasaisena. Vakioimattomasta palvelusta puhutaan räätälöitynä palveluna, jolloin periaatteessa sama palvelu kohdistetaan kullekin asiakkaalle erityyppisenä. Aikaisemman toteamuksen mukaan täydellinen vakioiminen ei ole palveluyrityksissä mahdollista, sillä palveluihin liittyy paljon vuorovaikutusta eri osapuolten välillä. (Jaakkola ym. 2009, 19; Lehtinen & Niinimäki

2005, 34.)

Vakioitu palvelu on siis toistettavissa asiakkaille saman toimintamallin mukaan, ja se sisältää samat vaiheet jokaisen palveluprosessin osalta. Näin yrityksen palvelutehokkuus, ja samalla palvelun laatu, paranee. Vakioitun palvelun tarjoaminen ei ole välttämättä sidonnainen tiettyihin yrityksen henkilöihin, vaan useampi työntekijä voi tuottaa samanlaisen palvelun, ja näin palveluprosessikin nopeutuu. (Jaakkola ym. 2009, 21.)

Systematisointi-käsite liittyy läheisesti palvelun vakioimiseen. Sen avulla pyritään vakioimaan palveluun liittyviä toimintoja, jotka eivät yleensä näy asiakkaalle. Systematisointia voi siis kutsua yrityksen sisäisten toimintatapojen tuotteistamiseksi. (Lehtinen & Niinimäki 2005, 43.) Palveluun liittyvä yrityksen sisäinen systematisointi on ulkoisen tuotteistamisen kannalta ratkaisevan tärkeää, ja yleensä se on mahdollista tehdä ulkoista tuotteistamista nopeammin. Systematisoinnilla varmistetaan, että palveluun liittyviä jo tehtyjä asioita ei tarvitse tehdä uudelleen (Sipilä 1996, 47, 49.)

Yrityksen sisäiseen systematisointiin liittyvät esimerkiksi etukäteen laaditut toimintaohjeet ja työntekijöillä käytössä oleva samanlainen tietojärjestelmä tai työvälineet. Toiminta voi tehostua systematisoimalla myös siten, että tiettyihin vaativampiin tehtäviin, kuten räätälöityjen palvelujen tuottamiseen, perehtyneiden työntekijöiden ei tarvitse keskittyä vakioituihin palveluihin. Sen sijaan he voivat keskittää enemmän aikaa tehtäviin, joissa heidän asiantuntemustaan tarvitaan. (Jaakkola ym. 2009, 21 - 22.)

Asiakkaan mielestä palvelu on usein todellista räätälöidympi, jota asiakas myös enemmän arvostaa. Asiakas olisi saatava ajattelemaan myös vakioitua palvelua räätälöitynä eli juuri hänen tarpeisiinsa sopivana. Yrityksen on mahdollista käyttää palveluissaan sekä vakioituja että räätälöityjä osia. (Jaakkola ym. 2009, 20; Lehtinen & Niinimäki 2005, 35.) Viisumivapailla matkoilla räätälöidyn kuvan voi antaa esimerkiksi yöpymismatkoilla usea hotellivaihtoehto Viipurissa, maksulliset retket sekä mahdollisuus osallistua kaupunkikiertoajeluun Viipurissa ja kanavaristeilyyn Pietarissa.

Saimaan Matkaverkon järjestämät viisumivapaat matkat on pyritty vakioimaan ja systematisoimaan mahdollisimman hyvin ja räätälöintiaste näillä matkoilla on pieni. Tämä on myös välttämätöntä ja automaattista, sillä Venäjän viranomaiset ovat antaneet tarkat ohjeet matkojen järjestämiseksi, ja ne asettavat tiettyjä rajoituksia matkojen räätälöimiselle. Räätälöintiä estävä tekijä on esimerkiksi maissaoloajan rajoittaminen enintään 72 tuntiin. Lisäksi matkojen on oltava laivalla edestakaisin toteutettavia, valmiiksi suunniteltuja ryhmämatkoja, joille tulee määritellä yhteinen matkaohjelma. Matkojen järjestelemistä on pyritty helpottamaan ja systematisoimaan muun muassa käyttöön otetulla varausjärjestelmällä ja toimintaohjeilla. Niiden avulla virkailijoiden on helpompi ja nopeampi suorittaa asiakkaiden matkavarauksia yhtenäisen mallin mukaisesti.

### **3.2.2 Konkretisointi**

Konkretisoimalla voidaan tuotteistaa näkyviä palvelun osia asiakasrajapinnassa. Sen avulla luodaan asiakkaalle mielikuva yrityksestä, sen toiminnoista ja tarjottavien palvelujen laadusta sekä siitä, miten yrityksen palvelut voivat hyödyttää asiakasta. (Lehtinen & Niinimäki 2005, 43 - 44.) Matkailupalvelut ovat aineettomia, mutta konkretisointi on silti mahdollista ja suotavaa, jotta asiakas saa näkyviä todisteita palvelun sisällöstä. Näin myyjän on myös helpompi esitellä palvelua ja asiakas todennäköisemmin ostaa kyseisen palvelun. (Jaakkola ym. 2009, 27.)

Palvelua voidaan konkretisoida julkaisemalla painettuja kuvia ja tietoa palvelusta ja sen lopputuloksesta asiakkaalle nähtäväksi. Näihin painettuihin julkaisuihin kuuluvat palvelusta kertovat esitteet. Konkretisointia voidaan hyödyntää myös kiinnittämällä huomiota palvelutapahtuman toteuttamisympäristön eri piirteisiin. Esimerkiksi henkilökunnan ulkoasu ja toimitilojen ulkonäkö voivat olla ratkaisevia konkretisoinnin osa-alueita asiakkaan kannalta. Lisäksi palveluja voidaan konkretisoida asiakastytyväisyyskyselyjen tulosten avulla. (Jaakkola ym. 2009, 28; Lehtinen & Niinimäki 2005, 43 - 44.)

Nimen ja omaleimaisen ilmeen antaminen palvelulle on tärkeä konkretisoinnin keino. Yleinen nimitys tuotemerkille tai tuotenimelle on brändi. Yleensä brändi

tarkoittaa palvelun ominaisuutta, jonka avulla yrityksen tarjoama palvelu eroaa muiden samalla toimialalla olevien yritysten palveluista. Palveluun liittyvä ainutlaatuiseksi koettu ominaisuus tuo yleensä myös lisäarvoa ja tietoisuutta palvelusta asiakkaalle. (Jaakkola ym. 2009, 27; Lehtinen & Niinimäki 2005, 50.)

Aiemminkin tässä työssä on todettu, että ennen viisumivapauden voimaan astumista Saimaan Matkaverkko järjesti jo useita vuosia risteilymatkoja Saimaan kanavan kautta Viipuriin. Matkat ainutlaatuiseksi teki juuri risteilyominaisuus reittinä Saimaan kanava, joten risteilymatkojen brändi oli hyvin vakaa (Kinnunen & Laine 2010). Viisumivapauden myötä risteilymatkoille saatiin asiakkaiden näkökulmasta yhä enemmän lisäarvoa.

Saimaan Matkaverkko on pyrkinyt konkretisoimaan viisumivapaita matkailupalveluja laatimalla esitteiden, jossa asiakkaille tarjotaan tietoa eri matkoista ja niihin liittyvistä aikatauluista, hinnoista ja muista yksityiskohdista. Vuonna 2009 viisumivapaus astui voimaan yllättäen, joten esitettä ei ollut mahdollista saada asiakkaiden saataville ennen risteilykauden alkua. Matkaverkko hyödynsi kuitenkin tehokkaasti muita konkretisoinnin keinoja, muun muassa matkojen mainontaa sanomalehtien ja Internetin kautta. Saimaan Matkaverkon Internet-sivusto onkin yksi tehokas konkretisoinnin keino, josta löytyy sama informaatio matkoista kuin paperisesta esitteestä. Lisäksi matkojen markkinoinnin tueksi valmistettiin lento-lehtisiä esimerkiksi matkamessuille (Laine 2010b). Asiakkaille pyritään markkinoinnin avulla korostamaan ja konkretisoimaan matkojen viisumivapautta ja matkalle lähdön helppoutta (Kinnunen & Laine 2010).

Konkretisointiin viisumivapaiden matkojen osalta liittyy myös matkaohjelma, jonka asiakas saa varauksenteon jälkeen. Se auttaa häntä paremmin hahmotamaan matkan sisällön ja aikataulun. Matkaohjelmasta asiakas näkee myös, mitä matkalle lähtö häneltä edellyttää ja mitä asiapapereita matkalle tulee ottaa mukaan. Matkaverkolla on lisäksi toimistossaan ja matkan aikana tarjolla muun muassa karttoja ja esitteitä matkakohteista.

### 3.2.3 Hinnoittelu

Hinnoittelu on tärkeä osa yrityksen palvelujen tuotteistamisprosessia. Se on yksi markkinoinnin kilpailukeinoista ja vaikuttaa myös yrityksen kannattavuuteen. Palvelun hinnan avulla pyritään usein vaikuttamaan mielikuviin ja arvokäsityksiin, joita asiakkaalla on yrityksestä tai sen palvelusta. Hinnoittelu on apukeino palvelun konkretisoinnissa, sillä hinnoittelun avulla kerrotaan asiakkaalle, mitä hänelle tarjotaan ja mitä se maksaa. Asiakkaan kannalta hinta onkin tärkeä kriteeri palvelun ostopäätökselle. Yleensä asiakas mittaa myös palvelun laatua hinnan avulla, sillä laadun määrittäminen muilla keinoin saattaa olla haastavaa. Hinnoittelu siis vaikuttaa asiakkaan käsitykseen palvelun hinta-laatusuhteesta. (Jaakkola ym. 2009, 29; Lehtinen & Niinimäki 2005, 54 - 55.)

Palvelulle on monia erilaisia hinnoittelumalleja ja niitä voidaan myös yhdistellä. Hinnoitteluperusteeksi voidaan määritellä esimerkiksi kustannusperusteinen tai markkinaperusteinen hinnoittelu. Kustannusperusteisessa hinnoittelussa palvelun tuottamisen kustannukset eritellään tarkasti ja asiakasta laskutetaan niiden perusteella. Kustannusten avulla määritetään siis hinnan alaraja, ja näin saadaan palvelusta kannattava ja taloudellinen. Kustannusten arvioimiseen saadaan apua esimerkiksi palveluprosessin kuvaamisesta, joka tehdään ennen varsinaisen tuotteistamisprosessin aloittamista. (Jaakkola ym. 2009, 29; Lehtinen & Niinimäki 2005, 55.)

Markkinaperusteisessa hinnoittelussa lähtökohtana käytetään kilpailutilannetta tai asiakaslähtöisyyttä eli palvelun kysyntää. Myös näiden molempien yhdistelmää voidaan käyttää. Kilpailutilanteen perusteella laaditussa hinnoittelussa palvelun hintapäätökset tehdään samanlaisia palveluja tarjoavien kilpailijoiden hintojen perusteella. Mikäli kilpailijoita on vähän tai palvelu on pyritty erilaistamaan kilpailijoiden palveluihin verrattuna mahdollisimman hyvin, ei kilpailijoiden asettamalla hinnalla ole suurta merkitystä hinnoittelun kannalta. Yrityksen on kuitenkin hyvä tiedostaa oman toimialansa yleinen hintataso, jotta palvelu saadaan asemoitua markkinoille mahdollisimman tehokkaasti. Asiakaslähtöisessä eli kysyntään pohjautuvassa hinnoittelussa lähdetään liikkeelle täysin vastakohtaisesta suunnasta kustannusperusteiseen malliin verrattuna. Hinnan mittarina

käytetään asiakkaiden odotuksia palvelun hyödystä. Asiakkaiden annetaan määritellä palvelun arvo ja siis myös hinta. (Jaakkola ym. 2009, 29; Lehtinen & Niinimäki 2005, 55.)

Kanavaristeilyt Viipuriin, erityisesti viisumivapauden ansiosta, ovat olleet Saimaan Matkaverkon tuote-etuna eikä kilpailijoita juuri ole ollut. Vuonna 2010 venäläinen St. Peter Line -varustamo aloitti viisumivapaat risteilyt Helsingin ja Pietarin välillä. Sen tarjoamat matkat eroavat kuitenkin huomattavasti Matkaverkon viisumivapaista matkoista. Noista eroavaisuuksista kerrotaan opinnäytetyön osiossa 4.5. Matkaverkon viisumivapaiden matkojen hinnoittelu on siis melko vapaata. Toisaalta, vaikka viisumivapaus luo lisäarvoa asiakkaalle, yrityksen kannattaa huomioida myös Venäjälle suuntautuvien viisumillisten matkojen yleinen hintataso, kuten edellisessä kappaleessa todettiin.

Myös kustannukset on otettava huomioon viisumivapaiden matkojen hinnoittelussa. Viisumivapaus mahdollisti pienen hinnan alentamisen risteilymatkoihin, joita varten ei tarvinnut enää hankkia viisumeita. Ennen viisumivapautta järjestettiin enemmän matkoja, joissa toiseen suuntaan kuljettiin laivalla ja toiseen linja-autolla. Viisumivapaus puolestaan edellyttää matkustamista molempiin suuntiin laivalla. Viisumin hintaa ei siis ollut mahdollista vähentää suoraan viisumillisten risteilymatkojen hinnasta. (Kinnunen & Laine 2010.)

### **3.3 Palvelun laadun määritelmä**

Niin palvelujen tuotteistamiseen kuin konkreettisten tuotteidenkin kehittämiseen liittyy läheisesti niiden laadun määrittelemine ja mittaaminen. Tämän opinnäytetyön yksi tarkoitus on perehtyä Saimaan Matkaverkon tarjoamien viisumivapaiden Venäjän matkojen laatuun ja pyrkiä sitä kautta saamaan hyödyllistä tietoa matkojen kehittämiseksi. Laatu näkökulma saatiin asiakkaille laadituista kyselyistä. Tässä teoriaosuuden osiossa tarkastellaan palvelun laatuun liittyviä piirteitä ja asiakaslähtöistä laadun mittaamista.



### 3.3.1 Palvelun laatu

Palvelujen laadun kehittämistä käsittelevässä kirjassa laatu määritellään seuraavasti:

*”Laatu on tarkasteltavan kohteen jatkuvaa kykyä tyydyttää asiakkaiden ja muiden sidosryhmien tarpeet.”* (Järvelin, Kvist, Kähäri & Räikkönen 1992, 9.)

Edellisen lainauksen mukaan yrityksen tulisi siis ottaa huomioon kaikki sen sidosryhmät: asiakkaat, yrityksen johto ja omistajat sekä henkilökunta. On välttämätöntä tarkastella kaikkien näiden ryhmien erilaisia tarpeita ja odotuksia, jotta yritykseen voidaan rakentaa tasapainoinen laadun käsite ja kaikki sidosryhmät hyötyvät siitä. (Edvardsson 1998, 144.)

Aivan kuten palvelun määrittelemisen on vaikeaa, myös sen laadun arvioiminen tai mittaaminen on konkreettisiin tuotteisiin verrattuna haasteellisempaa ja monimutkaisempaa. Yleensä konkreettisten tuotteiden tekniset ominaisuudet määrittelevät niiden laadun. Palvelun määritelmä -osiossa mainitut palvelun aineettomuus, tuotannon ja kulutuksen samanaikaisuus sekä asiakkaan aktiivinen osallistuminen palveluprosessiin asettavat rajoituksia palvelun laadun määrittelemiseen. Palvelun laatua ei voi tarkastella ja arvioida etukäteen, vaan se on ensin myytävä ja kulutettava. Lisäksi asiakas kiinnittää huomionsa palvelun näkyvään osaan, joka on hänelle henkilökohtainen kokemus ja arvioi koko palveluprosessia sen perusteella. (Albanese & Boedeker 2002, 128, 132.)

Yrityksen tulisi keskittää laadunvalvontaa ja markkinointia niille alueille, joissa palvelun tuottaminen ja kuluttaminen tapahtuu ja joissa asiakas osallistuu palveluprosessiin. Grönroos (2000, 60) painottaakin, että palvelun laadun selvittämiseksi on asiakkaiden kokema laatu asetettava tärkeälle sijalle. On siis pyrittävä määrittämään, mitä mieltä asiakas on palvelun laadusta ja miten asiakas on laatinut arvionsa. Tämä auttaa yritystä tiedostamaan, millaisia muutoksia palveluihin olisi tarpeellista tehdä.

Palvelun laadun tasoa mitataan asiakkaiden näkökulmasta asiakastyytyväisyydellä. Henkilöstö mittaa palvelun laatua työtyytyväisyyden kautta, kun taas omistajien mittarina ovat laatukustannukset. Johdon tehtävänä on yhdistää kaikki edellä mainitut laadunmittausvälineet. Yrityksen on hyödyllistä kiinnittää huomiota erityisesti sekä asiakastyytyväisyyden että henkilöstön työtyytyväisyyden kehittämiseen, koska nämä ovat sidoksissa toisiinsa ja on tärkeää pyrkiä pitämään palvelun laatu asiakkaan näkökulmasta korkeana. (Järvelin ym. 1992, 41.) Tässä opinnäytetyössä mitataan viisumivapaiden matkojen laatua Saimaan Matkaverkon asiakkaiden näkökulmasta. Yrityksen sisällä pyritään kuitenkin jatkuvasti tarkastelemaan myös muiden sidosryhmien tarpeita ja laatukäsityksiä, joilla on vaikutusta asiakkaiden käsityksiin palvelun laadusta. Seuraavaksi käsitellään asiakastyytyväisyyttä laadun mittaamisen apuna.

### **3.3.2 Asiakastyytyväisyys laadun mittarina**

Asiakastyytyväisyys on yksi tärkeimpiä osia yrityksen tuottamien palvelujen laadun mittaamisessa. Se muodostuu asiakkaan palvelusta saamien kokemusten perusteella. Asiakkaan odotusten ja kokemusten palvelusta on kohdattava, jotta asiakas voi olla siihen tyytyväinen. Laatu voidaan siis katsoa hyväksi, mikäli asiakkaan kokemukset ovat samalla tai korkeammalla tasolla kuin hänen odotuksensa palvelusta. Usein asiakkaan vaatimustaso ja odotukset kasvavat, mikäli hän käyttää palvelua uudelleen. Tämä asettaa haasteen yritykselle pitää palvelujen taso jatkuvasti asiakkaan odotusten mukaisena, myös pitkällä aikavälillä. (Järvelin ym. 1992, 42.)

Asiakkaan odotukset vaikuttavat siis oleellisesti hänen kokemuksiinsa palvelun laadusta. Odotukset tarjotusta palvelusta muodostuvat esimerkiksi asiakkaan tarpeiden, palvelusta saatujen aiempien kokemusten sekä yrityksestä ja palvelusta muodostuneiden mielikuvien kautta. Myös muiden yritysten tarjoamat, mahdollisesti samankaltaiset palvelut ja niistä saadut kokemukset muokkaavat asiakkaan odotuksia. Melko usein asiakas on kuitenkin tietoinen siitä, millainen palvelun taso on yritykselle mahdollista toteuttaa ja asiakkaan odotukset ovat realistisia. (Järvelin ym. 1992, 42 - 43.)

Myös palveluntarjoajan epärealistiset lupaukset voivat vaikuttaa asiakkaan odotuksiin ja näkemykseen palvelun laadusta. Tällöin palvelun laatu saattaa todellisuudessa olla korkeatasoista. Kuitenkin lupausten myötä myös asiakkaan odotukset nousevat, jolloin asiakas helpommin pitää laatua huonompana kuin se onkaan. Yrityksen olisi siksi hyvä pohtia ja suunnitella tarkasti ulkoiset markkinointitoimensa. Kun palveluun liittyvät lupaukset ovat alhaisemmat, kuin mihin yritys kykenee, asiakas voi suhtautua palvelun laatuun positiivisemmin ja palvelun taso voi yllättää hänet. Näin palveluntarjoajalla on paremmat mahdollisuudet lisätä myös asiakasuskollisuutta eli saada asiakas ostamaan palvelu uudelleen. (Grönroos 2001, 106.)

Asiakaslähtöinen laadun mittaaminen voi olla haastavaa, sillä asiakkaat ovat erilaisia ja siksi heidän mielipiteensä, mieltymyksensä ja toimintatapansa voivat erota toisistaan hyvinkin paljon. Eri tilanteissa asiakas saattaa lisäksi toimia eri tavalla. (Edvarsson 1998, 143.) Grönroosin (2001, 100) mukaan palvelun laatu muodostuu asiakkaan näkökulmasta kahdesta eri palvelun osa-alueesta: teknisestä ja toiminnallisesta ulottuvuudesta.

Teknisen laadun kriteerit asiakas muodostaa saamansa palvelun lopputuloksesta. Tällöin asiakas mittaa palvelun laatua sillä, mitä hän saa eli mitä yrityksen tarjoama palvelu sisältää. Toiminnallisen laadun ulottuvuudessa asiakkaalle on tärkeää palveluprosessiin liittyvät asiat. Siinä asiakas ottaa huomioon, miten palvelu hänelle tarjotaan ja millaisia kokemuksia hän saa palvelun tuotanto- ja kulutusprosessin aikana. Tavallisesti asiakas muodostaa palvelun kokonaislaadun yhdistämällä nämä kaksi ulottuvuutta. (Grönroos 2001, 100.)

Asiakastyytyväisyyden saavuttaminen on yrityksen kannalta elintärkeää, koska se usein mittaa myös yrityksen menestystä. Kun asiakas on tyytyväinen saamaansa palveluun, hän todennäköisemmin ostaa ja käyttää tuota palvelua myös tulevaisuudessa. Tyytyväisen asiakkaan merkitys korostuu myös uusien asiakkaiden hankkimisessa, sillä hän voi kertoa saamastaan hyvästä palvelusta muille, esimerkiksi ystävilleen tai työtovereilleen. Näin asiakas voi toimia huomauttamallaan myös palvelun markkinoinnin osana. Toisaalta tyytymättömyys leviää tyytyväisyyttä helpommin. Jos asiakas on tyytymätön palvelun laatuun, voidaan

hänen kauttaan menettää monia muita potentiaalisia asiakkaita. (Järvelin ym. 1992, 43 - 44.)

Aiemmin todettiin, että yleisen laadun määritelmän mukaan palvelun tulisi vastata asiakkaan odotuksia ja tyydyttää hänen tarpeensa ja vaatimuksensa. Tätä ei kuitenkaan pitäisi tulkita niin, että palvelun tarjoajan tulee aina toimia asiakkaan ja hänen toiveidensa mukaisesti. Asiakkaan kannalta täydellisiä palveluja on mahdotonta tarjota. Kustannusten ja laadun tulisi olla tasapainossa. Lisäksi joihinkin palvelun puutteisiin saattaa olla perusteltu syy, jota asiakas ei tiedä. Vaikka asiakas usein päättää, mikä on laadullisesti hyvää ja mikä huonoa, hän ei välttämättä osaa ilmaista laatuun liittyviä tarpeita ja toiveita. Palvelun tarjoajan on siksi tärkeää pyrkiä ymmärtämään ja selvittämään myös asiakkaan ei-sanallisia viestejä hänen tarpeistaan. (Parantainen 2010, 257; Edvardsson 1998, 144.)

## **4 VIISUMIVAPAAUS VENÄJÄLLE**

Viisumivapaus on hyvin ajankohtainen keskustelunaihe Venäjän ja Euroopan Unionin välillä. Monet päättäjät, erityisesti Euroopan Unionissa, näkevät kuitenkin viisumivapauden haasteellisena toteuttaa, eivätkä siksi usko sen astuvan voimaan vielä lähivuosina (HS 2010). Tällä hetkellä on voimassa kuitenkin risteilymatkojen viisumivapaus, joka koskee ainoastaan Venäjälle suuntautuvaa matkustamista.

Tämä opinnäytetyö käsittelee pääasiassa nykyistä viisumivapautta Saimaan Matkaverkon näkökannalta. Tässä luvussa kohdistetaan kuitenkin huomiota myös viisumivapauden historiaan ja mahdolliseen laajempaan viisumivapauteen tulevaisuudessa. Nykyaikaista vastaava viisumivapaus oli voimassa myös 1990-luvulla, ja ensin kerrotaan siihen liittyvistä vaiheista. Sen jälkeen käsitellään vuonna 2009 voimaan astunutta nykyistä viisumivapautta ja perehdytään sen säännöksiin. Myös Saimaan Matkaverkon viisumivapaiden matkojen palveluprosessia sekä noiden matkojen järjestämiseen liittyviä haasteita kuvaillaan

tässä luvussa. Lopuksi tarkastellaan lyhyesti viisumivapauden kilpailutilannetta ja tulevaisuudennäkymiä.

#### 4.1 Historiaa

Suomi ja Neuvostoliitto solmivat Saimaan kanavan matkustajaliikennettä koskevan sopimuksen vuonna 1968. Ennen tätä Saimaan kanavalla oli sallittua kuljettaa ainoastaan tavaraa. (Koivupuro & Korpela 2010.) Matkustajaliikennesopimus uusittiin lokakuussa vuonna 1990, ja Neuvostoliiton puolelta tuo uusi sopimus sisälsi myös viisumivapautta koskevan säädöksen. Viisumivapaus mahdollisti risteilymatkat Saimaan kanavan kautta Viipuriin ilman viisumia. Matkustajilla oli mahdollisuus oleskella Viipurissa korkeintaan 48 tuntia ja heidän oli palattava samalla aluksella takaisin Suomeen. Mikäli matkustajat olivat päivämatkalla, myös yhdistetyt kuljetusmuodot olivat mahdollisia. Tällöin toiseen suuntaan matkustettiin linja-autolla ja toiseen laivalla. Suomen kansalaisia vaadittiin matkan aikana esittämään henkilöllisyystodistus, kun muiden maiden kansalaisilla oli oltava ulkomaanpassit mukanaan. (Finlex 1991.)

Vuoden 1990 viisumivapautta koskevaan sopimukseen tehtiin muutoksia kesäkuussa vuonna 1994. Tuolloin sopimusta muutettiin hieman yhdistettyjen kuljetusmuotojen osalta. Mikäli tehtiin päivämatka eli palattiin samana päivänä Suomeen, voitiin käyttää meno- tai paluumatkoilla kuljetusmuotoina laivaa (alusta), linja-autoa tai junaa. (Finlex 1994.)

Vuonna 1991 matkustajamäärä Saimaan kanavan kautta tehtävillä Viipurin matkoilla oli 24 000 matkustajaa. Matkustajamäärä kasvoi kymmenessä vuodessa huomattavasti, sillä vuonna 2001 se oli jo yli 87 000. Tuolloin Saimaan kanavaa pitkin Venäjälle liikennöi kaksi matkustaja-alusta (Laine 2010b). Matkustajamäärän kasvuun vaikutti mahdollisuus käyttää yhdistettyjä kuljetusmuotoja viisumivapaasti. Toinen kasvua aiheuttanut tekijä oli 1990-luvun aikana voimaan astunut asetus, jonka mukaan alle 20 tunnin matkoilta sai tuoda Suomeen verovapaita tuotteita. (Kinnunen 2010; Koivupuro & Korpela 2010.)

Koska 1990-luvulla alkanut viisumivapaus hyödytti ainoastaan Suomen kansalaisia tai muita Suomesta Venäjälle matkustavia, muodostui venäläisille ongelmaksi vastavuoroisuuden puute. Vuonna 1998 Venäjän kanavavaltuutettu V.P. Fedenko alkoi valmistella viisumivapauden voimaan saattamista myös venäläisille, Saimaan kanavan kautta Suomeen saapuville, risteilymatkustajille. Myös Venäjän ulkoministeriö ja muut poliittiset tahot liittyivät viisumivapauskysymyksen tarkasteluun. Venäjän taholta esitettiin, että matkustajaliikennesopimus tai sen viisumivapautta koskeva artikla sanottaisiin irti, mikäli vastavuoroisuutta ei Suomen taholta saataisi. (Koivupuro & Korpela 2010.)

Suomi pyrki saamaan viisumivapauskysymykseen ratkaisun, mutta toimenpiteet eivät onnistuneet. Tähän oli osasyynä se, ettei Suomella Euroopan Unionin jäsenyyden ja Schengen-sopimuksen vuoksi ollut mahdollisuutta enää neuvotella Venäjän kanssa kahdenvälisistä viisumeista. Nyt viisumiasioita käsittelivät komissio ja neuvosto. Viipuriin suuntautuva laivaturismi oli kuitenkin viisumivapauden myötä kasvanut voimakkaasti. Niinpä Suomi yritti vedota hyötyyn, jota viisumivapaat matkat toivat kaupungille ja korosti viisumivapauden lakkauttamisen myötä esiintyvää turismin vähenemistä. Tiedettiin myös, että viisumivapauden loppuminen toisi vaikeuksia erityisesti lappeenrantalaisille laivayhtiöille ja seudun matkailulle. (Koivupuro & Korpela 2010.)

Vuoden 2001 toukokuussa Venäjä ilmoitti päätöksestä viisumivapauden lakkauttamiseksi. Tuolloin kuitenkin pelättiin, että päätös astuisi voimaan saman vuoden kuluvana risteilykautena, kun jo 80 prosenttia matkoista oli myyty. Suomen ulkoministeri, Erkki Tuomioja, kuitenkin neuvotteli Venäjän ulkoministeri Igor Ivanovin kanssa viisumivapauden lakkauttamisesta vasta vuoden 2001 risteilykauden jälkeen. Venäjä hyväksyi pyynnön ja viisumivapaus poistui Saimaan kanavan matkustajaliikenteestä vasta 21. toukokuuta 2002. (Koivupuro & Korpela 2010.)

Viisumivapauden poistumisen jälkeen Venäjä pyrki edelleen pelastamaan viisumivapaat matkat vaatimuksenaan Suomen vastavuoroisuus. Jälleen Suomen taholta EU:n ja Schengen-sopimuksen tuomat rajoitukset eivät mahdollistaneet tällaista kahdenvälistä sopimusta. Kuitenkin esimerkiksi m/s Kristiina Brahe sai

jatkaa viisumivapaiden matkojen järjestämistä Kotkasta Viipuriin vuoden 2002 elokuun loppupuolelle. Venäjä tulkitsi tässä tapauksessa vuonna 1963 voimaan tullutta asetusta, jonka katsottiin mahdollistavan viisumivapauden. (Koivupuro & Korpela 2010.)

Viisumivapauden lakkauttamisen jälkeen Saimaan kanavan matkustajamäärä romahti. Vuonna 2002 matkustajamäärä oli 26 000 ja vuonna 2003 vain 9 363 matkustajaa. Suurimpana syynä tähän oli varmasti viisumin tuoma huima korotus risteilymatkojen hintaan. Saimaan Matkaverkko Oy kuitenkin aloitti liikennöinnin Lappeenrannasta Saimaan kanavaa pitkin Viipuriin vuonna 2003 m/s Carelia -aluksella, joka vuokrattiin Lappeenrannan Laivat Oy:ltä. (Koivupuro & Korpela 2010.) Matkaverkko on jatkanut liikennöintiä tähän asti jokaisena risteily kautena. Vuonna 2009 astui voimaan uusi risteilymatkojen viisumivapautta koskeva asetust. Seuraavaksi käsitellään nykyistä viisumivapautta ja siihen liittyviä säännöksiä Saimaan Matkaverkon kannalta.

#### **4.2 Nykyään: Saimaan Matkaverkon sopeutuminen**

Vuonna 2009 keväällä risteilymatkat Venäjälle, Suomesta Viipuriin ja Pietariin, tulivat jälleen viisumivapaiksi. Asetust, jonka Venäjän Federaation hallitus hyväksyi 7. toukokuuta 2009, astui voimaan saman kuukauden 21. päivänä. Asetuksessa määritelty viisumivapaut koskee ainoastaan laivalla (matkustajalautalla) molempiin suuntiin tehtäviä, enintään 72 tunnin matkoja. Asetusta sovelletaan kaikkien maiden kansalaisiin, myös kansalaisuudettomiin henkilöihin. Matkustajien on matkalla esitettävä Venäjän Federaation hyväksymä henkilöllisyystodistus, joka yleensä on passi. (Venäjän Federaatio 2009.)

Viisumivapaasti Venäjälle matkustavan on hankittava matkansa matkanjärjestäjältä eli sen on oltava niin sanottu valmismatka. Viisumivapautteen liittyy myös seuraava ehto: matkustajien passitiedot ja venäjänkielinen matkaohjelma kultakin viisumivapaalta turistiryhmältä on ilmoitettava Venäjän viranomaisille 72 tuntia ennen matkaa. Viipurin ja Pietarin satamien lisäksi myös Kaliningradin, Sotshin, Novorossijskin, Vladivostokin ja Korsakovin satamien kautta voidaan matkustaa viisumittomasti Venäjälle. (Venäjän Federaatio 2009.)

Vuoden 2009 viisumivapautta koskeva asetus astui voimaan yllättäen, ja Saimaan Matkaverkolla oli vain vähän aikaa käytettävissään viisumivapaiden matkojen suunnittelemiseen ja valmistelemiseen. Matkaverkossa saatiin tietää viisumivapaudesta 13. toukokuuta ja risteilykausi alkoi 15. toukokuuta. Saimaan Matkaverkko aloitti heti järjestelyt kesän risteilymatkojen saattamiseksi viisumivapautta koskevan lainsäädännön mukaiseksi. Tässä auttoi Matkaverkon monen vuoden kokemus Viipurin risteilyjen järjestämisestä. Ensimmäiset matkat risteilykaudella 2009 oli tehtävä viisumillisina. Viisumivapaat matkat voitiin aloittaa kuitenkin jo 21. toukokuuta. (Kinnunen & Laine 2010.)

Viisumivapautta koskevassa asetuksessa oli monia tarkkaan määriteltyjä vaatimuksia, joten risteilymatkojen järjestämiseen oli tehtävä huomattavasti muutoksia. Kuten edellisissä kappaleissa mainittiin, näihin muutoksiin kuului esimerkiksi viisumivapaiden matkustajien passitietojen ilmoittaminen Venäjän viranomaisille kolme arkivuorokautta ennen matkaa. Tämän jälkeen noita matkoja ei voi enää myydä eikä ilmoitettuja tietojakaan voi jälkikäteen muuttaa. Siksi Matkaverkon työntekijöiden on oltava tarkkoja passitietojen kirjaamisessa matkustajaluetteloihin.

Toisaalta Saimaan matkaverkon oli hyödyllistä ja kannattavaa aloittaa viisumivapaiden matkojen järjestäminen. Viisumivapauden myötä risteilymatkustajille ei enää tarvinnut hankkia viisumeita, joten kustannukset vähenivät ja matkojen hintaa voitiin jonkin verran alentaa. Myös asiakkaiden kannalta esimerkiksi matkojen varaamiseen liittyvät käytännöt muuttuivat ja helpottuivat. Viisumillista ryhmämatkaa varten asiakkaiden oli toimitettava ryhmäviisumihakemusta varten passikopio ja -valokuva sekä täytetty viisumianomuslomake. Viisumivapaiden matkojen osalta sen sijaan edellytetään ainoastaan passitietojen ilmoittamista Matkaverkolle, yleensä heiltä pyydetään passikopio. Viisumivapauden ansiosta matkoja voidaan myydä lyhyemmällä varoitusajalla viisumillisiin matkoihin verrattuna, sillä viisumin hakeminen kestää normaaliajassa kuusi arkipäivää. Lisäksi viisumivapaus helpotti myös toimiston käytäntöjä. (Kinnunen & Laine 2010.)



Saimaan Matkaverkon viisumivapaiden matkojen tarjontaan kuuluvat suosituimpana yhden yön kaupunkilomat Viipurissa. Lisäksi Matkaverkko tarjoaa päivämatoja ja kahden yön kaupunkilomia Viipuriin. Viipurin kautta on myös mahdollista matkustaa viisumivapaasti kolmen päivän matkalle Pietariin. Tällöin matkustajat kuljetetaan Viipurin ja Pietarin välillä linja-autolla. Lisäksi viisumivapaisiin matkoihin liittyvät läheisesti päivämatoja, joissa toiseen suuntaan kuljetaan laivalla ja toiseen linja-autolla (bussi-laiva- ja laiva-bussimatkat). Tällöin ne matkustajat, joilla ei ole voimassa olevaa viisumia, tarvitsevat risteilyviisumin, joka tehdään ryhmäviisumina. Näihin matkoihin liittyy sopimus, jonka mukaan ryhmäviisumiin voidaan liittää suomalaisten lisäksi myös muiden sopimusmaiden kansalaisia (Kinnunen 2010). Tämä ominaisuus tekee matkoista ainutlaatuisia, sillä tavallisen ryhmäviisumin voi hakea vain Suomen kansalaisille.

#### **4.3 Viisumivapaiden matkojen palveluprosessi**

Saimaan Matkaverkko järjestää Viipuriin suuntautuvien risteilymatkojen prosessin lähes alusta loppuun asti yrityksen omia resurssejaan käyttäen eli se hallitsee niiden koko palveluketjun. Tätä voi pitää yhtenä etuna Matkaverkon matkanjärjestäjän toimissa, sillä näin yritys pystyy paremmin kontrolloimaan matkan järjestämisen eri vaiheita sekä puuttumaan mahdollisiin epäkohtiin. Risteilymatkojen järjestämiseen liittyy monia prosesseja ja useat eri henkilöt osallistuvat niihin. Viisumivapauden myötä Matkaverkon risteilymatkojen järjestelykäytännöt helpottuivat huomattavasti (Kinnunen & Laine 2010). Yrityksen johdolta vaaditaan kuitenkin hyvää asioiden organisointikykyä ja tilannetajua, jotta matkat saadaan sujumaan moitteettomasti. Seuraavissa kappaleissa tarkastellaan viisumivapaiden matkojen palveluprosessia vaihe vaiheelta.

Kuten edellä on todettu, Saimaan Matkaverkolla on ollut käytössään Viipurin risteilymatkojen järjestämiseen Lappeenrannan Laivat Oy:ltä vuokrattu m/s Carelia jo vuodesta 2003 lähtien. Myös koko laivahenkilökunta on Matkaverkon oman varustamon alaisuudessa. (Laine 2010a.) m/s Carelia risteilee Lappeenranta - Viipuri - Lappeenranta -välillä kesäkausina toukokuun puolivälistä syyskuun alkuvuikoiille. Sesonkiaikaan kesä-heinäkuussa laiva liikennöi kuutena päivänä viikossa. Matka-aika yhteen suuntaan on noin viisi ja puoli tuntia, joten

viisumivapaalla päivämatkalla maissaoloaikaa on hieman yli kaksi tuntia.

Viisumivapaiden matkojen palveluprosessi voidaan jakaa ennen matkaa, matkan aikana ja matkan jälkeen tapahtuviin palvelutoimintoihin. Ennen matkaa tapahtuu matkojen markkinointi- ja varausvaihe sekä matkojen valmisteluvaihe. Saimaan Matkaverkko markkinoi viisumivapaita matkoja muun muassa sanomalehtimainosten ja Internetin välityksellä. Markkinoinnin avulla pyritään kiinnittämään asiakkaan huomio erityisesti viisumivapauteen, joka erottaa yrityksen muista Venäjän matkoja järjestävistä matkatoimistoista. Viisumivapauden hyötyä korostetaan asiakkaalle muun muassa matkalle lähdön helppoutena (Kinnunen & Laine 2010).

Kun asiakas on tavoitettu markkinoinnin keinoin, seuraa matkan valinta- ja varausvaihe. Asiakas voi tehdä varauksen puhelimitse, sähköpostitse, käymällä henkilökohtaisesti Matkaverkon toimistolla Lappeenrannassa tai käyttämällä edellä mainittujen mahdollisuuksien yhdistelmää. Myös muiden joko Suomessa tai ulkomailla sijaitsevien matkatoimistojen kautta varaus onnistuu. Tällöin toinen matkatoimisto hoitaa asiakkaan puolesta matkavarauksen ja siihen liittyvän viestinnän Saimaan Matkaverkon toimiston kanssa. Käytäntö siis on, että varaus on tehtävä Matkaverkon kautta, mutta asiakkaana voi olla yksityishenkilön lisäksi matkatoimisto tai jokin muu taho. Osa yrityksen Lappeenrannan toimiston henkilökunnasta hoitaa ainoastaan viisumivapaisiin risteilyihin liittyviä varauksia. Esimerkiksi ryhmä- ja yksittäismatkojen asiakkaille on omat virkailijansa, ja yrityksen kesätyöntekijöiden työtehtävät liittyvät yleensä risteilymatkoihin.

Viisumivapaiden matkojen valmisteluvaihe on ensiarvoisen tärkeää matkojen onnistumisen kannalta. Asiakkaan osallistuminen valmisteluvaiheeseen on lähes olematon. Matkalle lähteminen tuntuu siis asiakkaasta hyvin yksinkertaiselta, kun viisumin hakemiseen tarvittavia asiakirjoja ei tarvita (Kinnunen & Laine 2010). Asiakkaan velvollisuutena on matkan maksun suorittamisen lisäksi toimittaa passikopio Saimaan Matkaverkolle. Matkojen valmisteluvaiheessa Matkaverkon toimiston virkailijoiden työtehtäviin sisältyy varauksen tekemisen lisäksi esimerkiksi maksusuoritusten seuranta, passikopioiden käsitteleminen ja asiakkaiden matkaan liittyviin kysymyksiin vastaaminen.

Saimaan Matkaverkolla on risteilykausina erikseen työntekijä laivaan liittyvien matkustajaluetteloiden ja muiden matkoilla tarvittavien asiapapereiden hoitamiseen. Työntekijän tehtävänä on muun muassa laatia ja toimittaa viisumivapaiden matkojen matkustajaluettelot passitietoineen sekä venäjänkieliset matkaohjelmat Venäjän viranomaisille. Tämän on tapahduttava viisumivapaiden matkojen säännösten mukaan, siis vähintään kolme arkivuorokautta ennen matkaa. Lisäksi sama työntekijä toimittaa viranomaisten säännösten mukaiset matkustajaluettelot laivalle ja Suomen viranomaisille. Kaksi toimiston työntekijöistä huolehtii matkojen laivakapasiteetin ja hotellimatkojen hotellikapasiteetin oikeasta mitoituksesta. Risteilykauden aikana seurataan varausten määrää ja sopeutetaan kapasiteetteja jatkuvasti kysynnän mukaan.

Kuten tuotteistamista käsittelevässä osiossa 3.2.1 kerrotaan, Saimaan Matkaverkon yksi keino vakioda ja systematisoida viisumivapaita matkoja on yrityksellä käytössään matkojen varausta ja niihin liittyviä toimintoja helpottava varausjärjestelmä. Tuota järjestelmää hyödynnetään varausvaiheesta lähtien lähes kaikissa ennen matkaa tapahtuvissa toimenpiteissä. Matkan varaamisen lisäksi sen avulla voidaan muun muassa tarkistaa ja muuttaa matkojen kapasiteettia, tehdä varauksiin muutoksia, varata matkoille lisäpalveluja ja seurata asiakkaiden maksusuorituksia. Lisäksi varausjärjestelmä on pääasiallinen työväline matkustajaluetteloiden laatimiseen liittyvissä työtehtävissä.

Palvelutapahtumat matkan aikana ovat hyvin tärkeitä, sillä asiakas osallistuu tuolloin palvelun tuottamiseen. Suurin osa palveluista matkan aikana on asiakkaalle näkyviä, ja asiakas usein arvioi niiden perusteella matkan onnistumista ja laatua. Viisumivapailla matkoilla on havaittavissa monenlaisia palvelutapahtumia. Ne ovat palvelun määritelmä -osiossa (3.1.4) mainittuja liitännäispalveluja ydinpalvelun ympärillä. Viisumivapaiden matkojen palvelutapahtumia, joissa asiakas osallistuu, ovat esimerkiksi lähtöselvitystilanteet Lappeenrannassa ja Viipurissa, ravintola- ja opastuspalvelut sekä muut palvelut laivalla, matkanjohtajan palvelut Viipurissa tai Pietarissa, kuljetuspalvelut, joihin kuuluu kiertoajelu ja mahdolliset majoituspalvelut.

Lähes kaikki edellä mainituista palveluista Saimaan Matkaverkko tarjoaa omien resurssiensa kautta. Laivahenkilökunnan lisäksi myös matkanjohtajat ovat yrityksen omia työntekijöitä. Viisumivapaita yöpymismatkailijoita majoittavien hotellien kanssa Saimaan Matkaverkolla on sopimukset ja matkoilla tarvittavat linjat autot ja niiden kuljettajat yritykset vuokraa ulkopuolelta.

Vaihe matkan jälkeen on tärkeä, ja silloin on arvioitava matkan onnistumista. Se on mahdollista muun muassa asiakkailta saatujen reklamaatioiden ja palautteiden kautta. Matkaverkko pyrkiikin seuraamaan palvelujensa laatua asiakaspalautteiden avulla (Kinnunen & Laine 2010). Koska Saimaan Matkaverkko hallitsee lähes koko palveluketjun itse, on helpompi saada asiakkailta tuleva palaute kuuluville ja kohdistetuksi oikeaan osaan palveluketjua. Näin voidaan myös helpommin puuttua asiakkaiden matkalla havaitsemiin epäkohtiin ja luoda positiivinen kuva koko yrityksestä. Jälkimarkkinoinnin ja matkan jälkeen tapahtuvien toimenpiteiden avulla asiakkaasta pyritään saamaan pysyvä asiakas yritykselle.

#### **4.4 Viisumivapaiden matkojen järjestämisen haasteita**

Viisumivapauden voimaan astuminen kasvatti huomattavasti Venäjälle suuntautuvien risteilymatkojen kysyntää. Ennen viisumivapautta Saimaan Matkaverkon asiakkaana oli 10 000 - 12 000 laivamatkustajaa vuosittain. Vuonna 2009 laivamatkustajien määrä oli 20 400, joten se kasvoi lähes kaksinkertaiseksi. Vuonna 2010 matkustajamäärä kasvoi edelleen 22 000 matkustajaan. (Kinnunen & Laine 2010.) Saimaan Matkaverkon viisumivapaille matkoille on kesäsesongin kiireisimpänä aikana, kesä-heinäkuussa, kysyntää enemmän kuin yrityksellä on mahdollista tarjota. Yksi syy tähän on se, että m/s Carelia -laivan kapasiteetti on vain 200 matkustajaa. Koska viisumivapaus edellyttää edestakaista laivamatkaa, asiakkaat kulkevat entistä enemmän laivalla. Vuonna 2010 m/s Carelian kokonaismatkustajamäärästä lähes 17 000 oli viisumivapaita matkustajia (Kinnunen 2010).

Viisumivapaiden matkojen kesto on yksi, kaksi tai kolme päivää. Koska matkoja on paljon, niiden kapasiteettien yhteensovittaminen on työlästä, mutta tärkeää,

mikäli halutaan risteilyaluksen kapasiteetti mahdollisimman tehokkaasti käytettyä kumpaankin kulkusuuntaan. Kapasiteettien etukäteen suunnittelu on tärkeää myös viisumivapaita matkustajia majoittavien hotellien kannalta, jotta ne voivat hyötyä viisumivapaudesta mahdollisimman hyvin. Viisumivapaiden matkustajien lisäksi reitillä Lappeenranta - Viipuri tai Viipuri - Lappeenranta kulkee viisumillisia yksittäismatkustajia ja ryhmiä, joten m/s Carelian kapasiteetti on suhteellisen pieni näille kaikille eri asiakaskunnille.

Viisumivapailla matkoilla on otettava huomioon myös lainsäädännölliset asiat, jotka vaikuttavat kapasiteettien hallintaan ja suunnitteluun. Matkustajakapasiteetit on suunniteltava hyvissä ajoin etukäteen, koska matkoja ei voi enää myydä, kun matkustajien tiedot on lähetetty Venäjän viranomaisille. Toisaalta, kuten aiemmin tässä opinnäytetyössä mainittiin, viisumivapaita matkoja voi myydä lyhyemmällä varoitusajalla kuin viisumillisia matkoja (Kinnunen & Laine 2010).

#### **4.5 Kilpailutilanne ja tulevaisuus**

Suomessa on useita Venäjän matkailuun erikoistuneita matkanjärjestäjiä. Saimaan Matkaverkolla on siis alallaan kilpailijoita, mutta erityisesti risteilymatkojen järjestäjänä yrityksellä on todellinen kilpailuetu. Vuonna 2009 Matkaverkon lisäksi ei ollut muita viisumivapaita matkoja Suomesta Venäjälle järjestäviä yrityksiä. Vuonna 2010 Matkaverkko sai kilpailijan, kun venäläinen St. Peter Line -varustamo aloitti risteilyt m/s Princess Marialla Helsingistä Pietariin.

Saimaan Matkaverkko tarjoaa kuitenkin erityyppisiä matkailutuotteita uuteen kilpailijaansa verrattuna. Eroavaisuuksia aiheuttaa esimerkiksi laivamatkan kesto ja reitti. Matkaverkolla etuna on m/s Carelian matkareitti Saimaan kanavan kautta Lappeenrannasta Viipuriin. Princess Marian laivamatka Helsingistä Pietariin on huomattavasti pidempi. Lyhyen laivamatkan ansiosta Matkaverkon on mahdollista tarjota edullisia ja kestoaltaan eripituisia, myös yhden päivän, matkoja. Princess Marialla voi matkustaa vain Pietariin viisumivapaasti, kun taas Matkaverkolla on tarjonnassaan sekä Viipuri että Pietari. Tulevaisuudessa Matkaverkko suunnittelee lisäävänsä viisumivapaiden matkojen tarjontansa myös muita matkakohteita. (Kinnunen & Laine 2010.)

Tulevaisuudessa on mahdollista, että uusia viisumivapaita risteilymatkoja järjestäviä matkustaja-aluksia alkaa liikennöidä Suomen ja Venäjän välillä. Toisaalta tällä hetkellä tarkoitukseen sopivia aluksia ei ole tarjolla. Tähän vaikuttavat muun muassa alusten turvallisuutta koskevat Liikenteen turvallisuusvirasto Trafikin määräykset, jotka rajoittavat kelpolisten alusten löytymistä markkinoilta. (Kinnunen & Laine 2010.)

Tällä hetkellä viisumivapaus Venäjälle koskee ainoastaan risteilymatkoja joihinkin Venäjän satamakaupunkeihin. Viime aikoina Euroopan Unionin ja Venäjän välinen vastavuoroinen, täydempi ja laajempi, viisumivapaus on ollut yksi tärkeimmistä keskustelunaiheista poliittisten päättäjien keskuudessa. Viisumivapaus on yksi Euroopan Unionin ja Venäjän pitkän aikavälin tavoitteista ja sen eteen on jo tehty toimia ja suunnitelmia, muun muassa viisumikäytäntöjä helpottamalla. Yksi askel kohti viisumivapautta oli vuonna 2007 osapuolten välillä solmittu viisumihelpotussopimus. (Ulkoasiainministeriö 2010a.) Viisumivapauden voimaan astumiselle nähdään myös paljon esteitä, ja monet päättäjät pitävät sen toteuttamista jopa mahdottomana. Suomessa viisumivapautta Venäjän kanssa pidetään kuitenkin tärkeänä kysymyksenä, jonka saavuttamiseksi pyritään tekemään jatkuvasti toimia (Stubb 2010).

Joulukuussa 2010 Suomen ja Venäjän välinen matkustaminen helpottuu ja nopeutuu, kun Allegro-nopeajunayhteys otetaan käyttöön Helsingin ja Pietarin välillä. Tällöin matkustusaika kaupunkien välillä lyhenee viidestä ja puolesta tunnista kolmeen ja puoleen tuntiin. Viisumivapauden myötä junayhteyden suosio varmasti kasvaisi entistä enemmän ja myös Venäjälle suuntautuva matkustaminen lisääntyisi. (Ulkoasiainministeriö 2010b.)

Saimaan Matkaverkon toimitusjohtaja Kirsti Laine arvelee, että tulevaisuudessa Venäjän viisumivapaiden risteilymatkojen kysyntä kasvaa edelleen. Mikäli laajempi viisumivapaus astuisi voimaan, Venäjän matkailu kasvaisi ylipäättään, mutta ei välttämättä vähentäisi risteilijöiden määrää. Saattaisi kuitenkin olla, että asiakkaat varaisivat silloin esimerkiksi hotellit ja junaliput itse, joten Saimaan Matkaverkon myynti saattaisi sitä kautta vähentyä. Toisaalta on vaikea tietää, miten esimerkiksi viisumivapailla junamatkoilla täyttyisivät Venäjän viranomais-

ten määräykset vastaanottavan organisaation vastuista ja muista matkaan liittyvistä toimenpiteistä. (Kinnunen & Laine 2010.)

Mikäli asiakkaat varaisivat enemmän matkaan liittyviä palveluja itse, Saimaan Matkaverkon suunnitelmana on tarjota enemmän palvelua ja laadukkaampia matkailutuotteita. Laajemman viisumivapauden myötä myös viisumien myynti vähenisi huomattavasti, mutta Matkaverkon yritysjohdolla on valmiina suunnitelma senkin varalle. Asiakkaiden suhtautumista ja kiinnostusta laajempaan viisumivapauteen ja Venäjälle matkustamiseen käsitellään kyselytutkimuksen tuloksia käsittelevän luvun neljännessä osiossa. Voidaan kuitenkin todeta, että hankittuaan m/s Brahe -laivan kotimaan risteilyjä varten Saimaan Matkaverkko ei ole enää niin riippuvainen Venäjälle suuntautuvasta matkailusta. (Kinnunen & Laine 2010.)

## **5 EMPIIRINEN TUTKIMUS**

Tätä opinnäytetyötä varten laadittiin kyselylomake risteilymatkoilla olleille Saimaan Matkaverkon asiakkaille. Kyselyn pääasiallisena tarkoituksena oli selvittää asiakkaiden mielipiteitä ja kokemuksia viisumivapaista matkoista ja niiden laadusta. Näiden seikkojen tarkasteleminen auttaa Matkaverkkoa luomaan enemmän asiakkaiden lähtökohtien mukaisia matkoja Venäjälle. Myös mahdolliseen laajempaan viisumivapauteen tulevaisuudessa viitattiin muutamassa kyselylomakkeen kysymyksessä. Kysely oli osoitettu ensisijaisesti suomalaisille viisumivapaan matkan tehneille matkustajille. Kuitenkin viisumivapaus mahdollistaa periaatteessa minkä tahansa maan kansalaisen matkustamisen Venäjälle viisumitta ja Matkaverkko saa asiakkaita jonkin verran ulkomailta. Tämän vuoksi kyselylomake käännettiin englanniksi ja vastausten avulla pyrittiin kartoittamaan myös ulkomaalaisten mielipiteitä.

Kuten viisumivapautta käsittelevässä osiossa (4.2) todettiin, viisumivapaiden matkojen järjestämiseen liittyvät läheisesti viisumilliset päivämatkat (bussi-laiva- ja laiva-bussimatkat), joissa käytetään rajanylityksessä toiseen suuntaan laivaa

ja toiseen linja-autoa. Nähtiin tarpeelliseksi ja hyödylliseksi ottaa tutkimukseen mukaan myös noilla matkoilla olleita matkustajia. Viisumillisilla risteilymatkoilla olevia varten muokattiin viisumivapaille matkustajille tehtyä kyselylomaketta. Heiltä pyrittiin löytämään syitä siihen, miksi osa asiakkaista valitsee mieluummin viisumillisen matkan viisumivapaan sijaan. Kyselyn suorittamisajankohtana noilla matkoilla oli hyvin vähän ulkomaalaisia ja vain yhdeltä heistä saatiin vastaus. Sen vuoksi tässä opinnäytetyössä käsitellään viisumillisista matkustajista ainoastaan suomalaisten vastauksia.

Kyselylomakkeet ovat nähtävissä tämän opinnäytetyön liitteissä 1 - 3.

## **5.1 Kyselylomakkeet**

Opinnäytetyön empiiriseen tutkimukseen liittyvät kyselylomakkeet pyrittiin laatimaan selkeiksi, loogisiksi ja asiakkaille helposti vastattaviksi. Lomakkeen alussa kysyttiin taustakysymyksinä vastaajien sukupuoli, ikä ja matkaseura. Sen jälkeen selvitettiin asiakkaiden aikaisempi kokemus Venäjän matkailusta yleisesti ja viisumivapaista matkoista sekä heidän tiedonlähteensä viisumivapaudesta. Seuraavissa kysymyksissä pyydettiin vastaajia pohtimaan perusteita matkavalmiuteen ja tyytyväisyyttä matkaansa, jolla he vastaushetkellä olivat. Näihin kysymyksiin liittyi avoin kysymys, johon asiakkaiden oli vastattava sanallisesti omin sanoin. Samoin vastaajilta pyydettiin mielipidettä Saimaan Matkaverkosta matkanjärjestäjänä ja kehitysehdotuksia viisumivapaille matkoille. Kolme viimeistä kysymystä koskivat tulevaisuuden mahdollista laajempaa viisumivapautta Venäjälle.

## **5.2 Kyselyjen aikataulu ja toteutus**

Kyselyt opinnäytetyötä varten tehtiin m/s Carelia -laivalla 26.8. - 11.9.2010 eli kesän viimeisinä risteilyviikkoina. Tuolla aikavälillä laiva kulki 11 päivänä ja viisumivapaita matkustajia oli yhteensä 1059, joista 65 matkustajaa oli ulkomaalaisia. Risteilyviisumillisia suomalaisia päivämatkustajia oli 214. (SMV 2010.) Ennen kyselylomakkeen laatimista ja kyselyn suorittamista en ollut juurikaan perehtynyt opinnäytetyön taustatietojen etsimiseen ja teoriaosuuteen, joka on



olennainen osa tutkimusta. Tämä aiheutti hieman ongelmia opinnäytetyön etenemisessä ja kyselyn suorittamisen jälkeen teoriaosuuden ja empiriaosuuden yhteensovittaminen oli hankalaa. Kysely oli kuitenkin tehtävä ennen kesän risteilykauden loppua, sillä tarkoituksena oli suorittaa se laivamatkojen aikana, ja näin saada asiakkailta ajankohtaista tietoa. Ohjaavan opettajan avustuksella opinnäytetyötä päästiin jatkamaan sujuvasti pienistä hidasteista huolimatta.

Kysely toteutettiin siis laivamatkojen aikana. Risteilyemäntä tai matkanjohtaja jakoi kyselylomakkeita asiakkaille, jotka palauttivat lomakkeet joko risteilyemännälle tai laivalla olleeseen palautuslaatikkoon. Kyselylomakkeita pyrittiin tulostamaan ja toimittamaan laivalle tasaisin väliajoin ja tarpeen mukaan. Suomalaisia viisumivapaita matkustajia varten laivalle tulostettiin yhteensä 500 kyselylomaketta (liite 1) ja risteilyviisumillisia päivämatkustajia varten 130 lomaketta (liite 3). Ulkomaalaisilla oli kaikilla mahdollisuus vastata kyselyyn (liite 2). Vastauksia saatiin suomalaisilta viisumivapailta matkustajilta 482, ulkomaalaisilta 40 ja viisumillisilta päivämatkalaisilta 71. Palautuneiden vastausten määrä oli odotettua huomattavasti suurempi, sillä lähes kaikki kyselylomakkeen saaneet olivat vastanneet siihen. Korkean vastausprosentin vuoksi tutkimuksesta saadut tulokset ovat melko luotettavia. Vastausten suuri määrä asetti myös kyselyjen analysoimiselle haasteita, ja siihen oli käytettävä runsaasti aikaa.

### **5.3 Kyselyjen tulosten analysointi**

Opinnäytetyön kyselyvastausten analysoimisessa käytettiin apuna tilastollista analysoimista helpottavaa SPSS-ohjelmistoa, johon kaikki kyselystä saadut vastaukset kirjattiin. Kirjaamisvaihe oli työlästä vastausten suuren määrän vuoksi, mutta välttämätöntä luotettavien tutkimustulosten saamiseksi. SPSS-ohjelmiston avulla kyselyn useista kysymyksistä saatiin helposti yleiskatsaus prosenttilukuina ja näin hyödyllistä tukea analysointiin. Ohjelmisto helpotti myös tuloksia havainnollistavien kuvioiden laatimista.

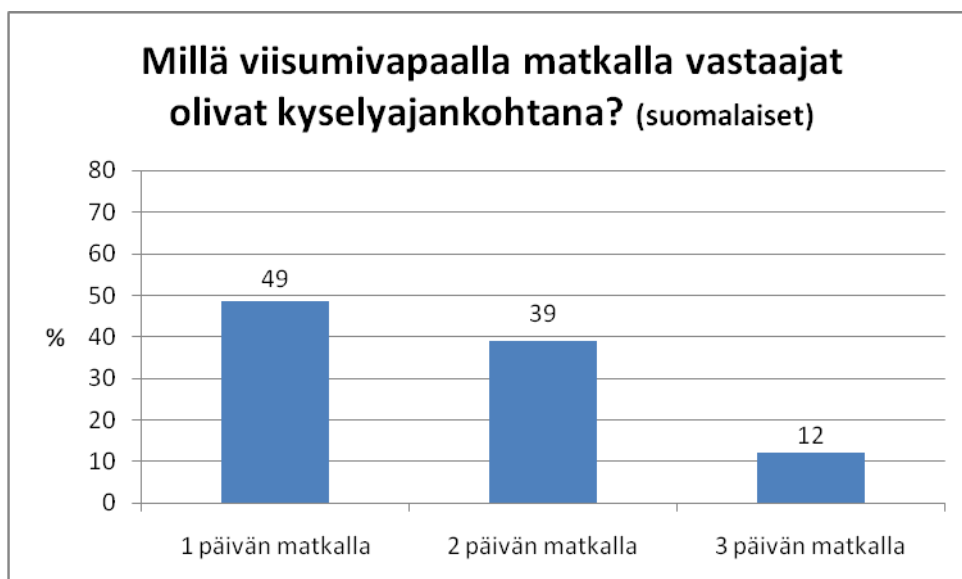
Kyselystä saatuja tuloksia analysoitiin käyttämällä sekä määrällistä että laadullista tutkimusmenetelmää, kuten opinnäytetyön osiossa 1.3 kerrottiin. Kyselylomakkeiden monivalintakysymyksiin oli vastattu hyvin, eikä puuttuvia tietoja pa-

lautuneiden lomakkeiden määrään nähden ollut paljoakaan. Avoimiin kysymyksiin vastaukset olivat yleisesti melko lyhyitä, ja osa oli jättänyt kokonaan vastaamatta niihin. Suuren vastausmäärän vuoksi saatiin kuitenkin tarpeeksi kattavasti analysoitavaa tietoa myös avoimista kysymyksistä. Seuraavaksi tarkastellaan kyselyjen vastausprosentteja, minkä jälkeen analysoidaan kyselystä saatuja tuloksia.

### **Viisumivapaiden matkojen suomalaiset vastaajat**

Viisumivapaiden matkojen osalta suomalaisilta asiakkailta saatiin 482 kelvollista vastausta. Muutama lomake jätettiin analysoinnin ulkopuolelle vastausten puutteellisuuden vuoksi. Suomalaisia viisumivapaita matkustajia oli kyselyajankohdaksi yhteensä 994, joten matkustajamäärään verraten vastausprosentiksi muodostui 48,5. Vastausprosentti oli kuitenkin lähes 100, mikäli otetaan huomioon, että laivalle tulostettiin suomalaisia viisumivapaita matkustajia varten 500 kyselylomaketta (liite 1).

Kuvio 5.3.1 havainnollistaa, miten paljon kultakin viisumivapaalta matkalta saatiin vastauksia kyselyyn suomalaisten osalta:

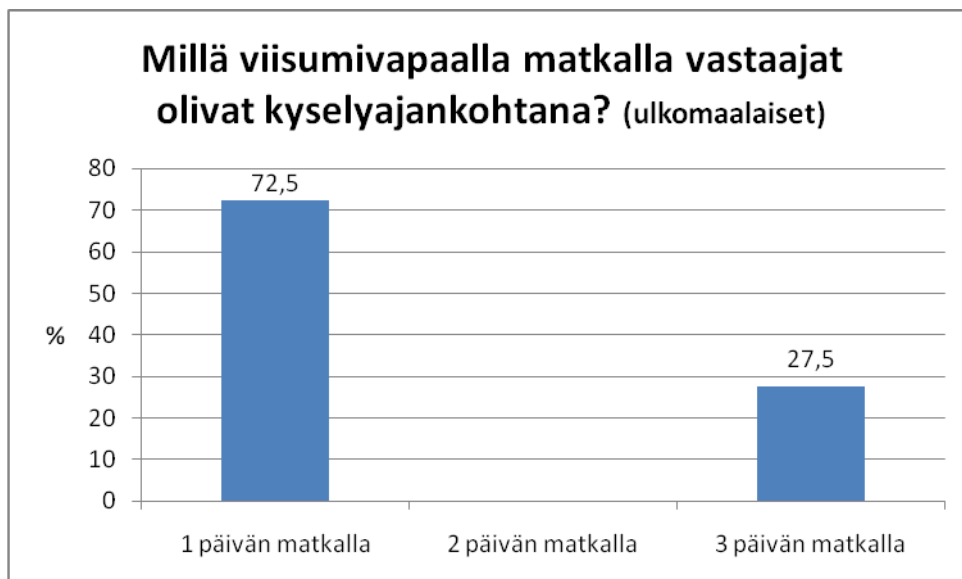


Kuvio 5.3.1 Matkat, joilla suomalaiset viisumivapaat matkustajat olivat kyselyajankohtana

Noin puolet kyselyyn vastanneista suomalaisista oli yhden päivän risteilymatkalla, noin 39 prosenttia kahden päivän Viipurin hotellimatalla ja noin 12 prosenttia kolmen päivän matkalla Viipuriin tai Pietariin.

### **Viisumivapaiden matkojen ulkomaalaiset vastaajat**

Kyselyajankohtana viisumivapailla matkoilla oli vain 65 ulkomaalaista matkustajaa. Heistä 40 saatiin kyselylomake (liite 2) täytettynä, joten ulkomaalaisten vastausprosentti oli tasan 61,5. Ulkomaalaiset matkustajat olivat joko yhden päivän Viipurin matkalla tai viisumivapaalla kolmen päivän matkalla (kuvio 5.3.2). Kolmen päivän matkoista ulkomaalaisia kiinnosti selvästi enemmän Pietari.



Kuvio 5.3.2 Matkat, joilla ulkomaalaiset viisumivapaat matkustajat olivat kyselyajankohtana

### **Risteilyviisumilliset suomalaiset vastaajat**

Bussi-laiva- tai laiva-bussimatkoja eli viisumillisia päivämatkoja järjestettiin kyselyajankohtana yhteensä vain seitsemän ja suomalaisia matkustajia noilla matkoilla oli 214. Heitä varten laivamatkoille toimitettiin 130 kyselylomaketta (liite 3) ja vastauksia saatiin 71 kappaletta. Näiden matkojen osalta kyselyyn vastaajia oli vaikeampi tavoittaa, sillä he kulkivat vain toiseen suuntaan laivalla, jossa kyselylomakkeita pääasiassa jaettiin. Viisumillisten matkustajien yhteis-

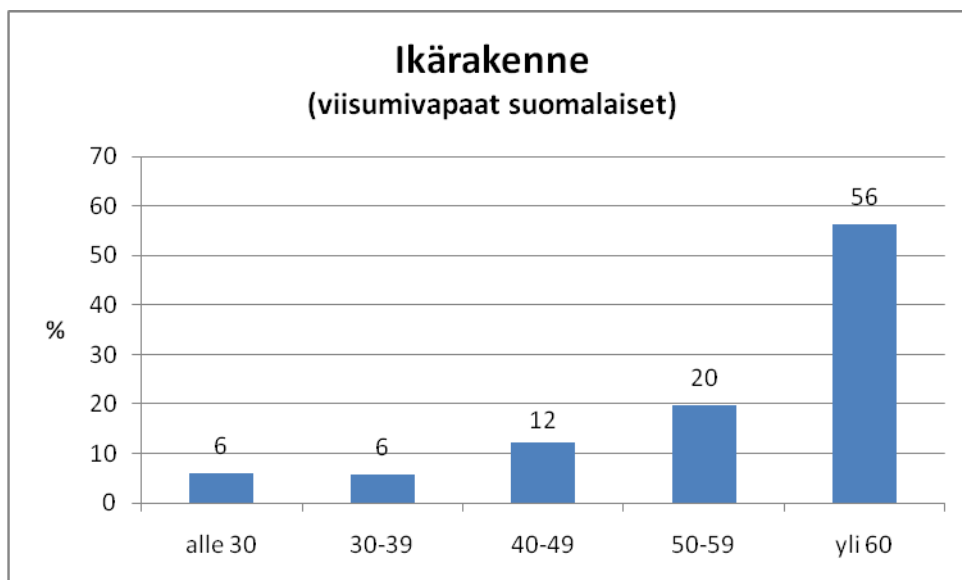
määrään verrattuna saatiin vastauksia siis noin kolmasosalta ja laivalle toimitettujen kyselylomakkeiden määrään nähden 54,6 prosentilta. Kaikki opinnäytetyön tutkimukseen mukaan otetut viisumilliset matkustajat olivat suomalaisia.

## 6 KYSELYTUTKIMUKSEN TULOKSET

Tässä luvussa käsitellään opinnäytetyötä varten tehtyjen kyselyjen tuloksia. Ensin analysoidaan yksityiskohtaisemmin suomalaisilta viisumivapailta matkustajilta saatuja kyselyvastauksia. Osaa tuloksista havainnollistetaan myös kuvioilla. Tämän jälkeen pyritään vertaamaan ulkomaalaisilta ja viisumillisilta matkustajilta saatuja vastauksia näihin tuloksiin.

### 6.1 Viisumivapaat matkat: suomalaiset vastaajat

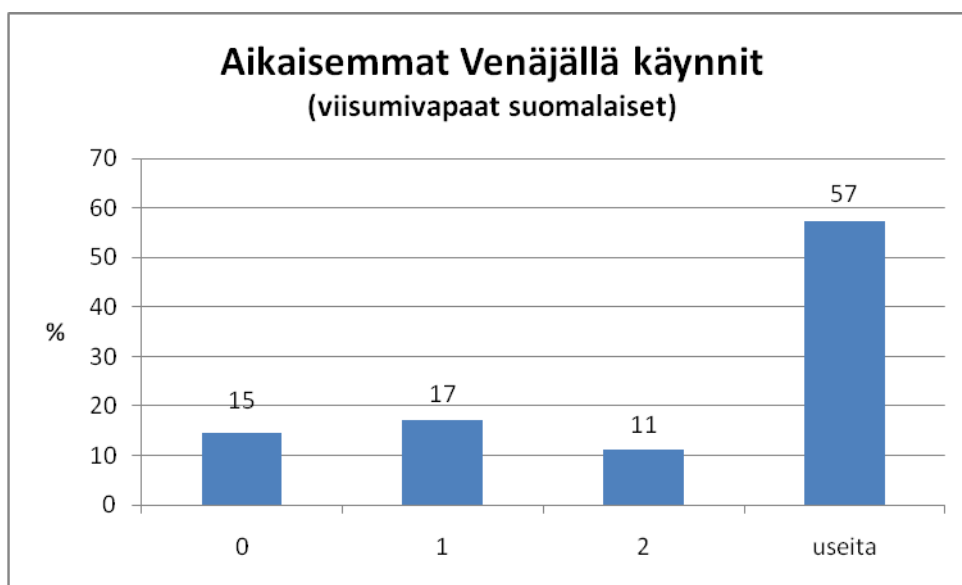
Viisumivapaalla matkalla olleista suomalaisista vajaa 60 prosenttia oli naisia ja noin 35 prosenttia miehiä. Osalta vastaajista oli ilmeisesti jäänyt ensimmäinen kysymys huomaamatta, mutta voitiin havaita, että vastaajissa naiset olivat selvänä enemmistönä. Viisumivapailla matkoilla yleisesti suurin osa matkustajista on iäkkäämpiä henkilöitä ja myös kyselyn ikäjakauma kertoi tästä (kuvio 6.1.1).



Kuvio 6.1.1 Suomalaisten viisumivapaiden matkustajien ikärakenne

Suomalaisista viisumivapaista matkustajista lähes 60 prosenttia oli yli 60-vuotiaita ja 20 prosenttia 50 - 59-vuotiaita. Alle 30-vuotiaita oli vain 28 matkustajaa eli noin 6 prosenttia vastanneista. Ikäjakaumaan saattaa kuitenkin vaikuttaa esimerkiksi sesonkivaihtelu. Kysely suoritettiin loppukesästä, joten työssäkäyvien yleiset loma-ajat olivat tuolloin jo ohitse. Mikäli kysely olisi suoritettu alku- tai keskikesällä, olisi vastaajien ikäjakauma voinut olla erilainen.

Kysymyksestä neljä saadut tulokset ilmaisivat, että suurin osa vastaajista oli käynyt aikaisemmin Venäjällä, kuten seuraavasta kuviosta havaitaan:



Kuvio 6.1.2 Viisumivapaiden suomalaismatkustajien aikaisemmat Venäjällä käynnit

Noin 57 prosenttia vastaajista ilmoitti matkustaneensa Venäjälle useita kertoja. Vain 70 matkustajaa, eli hieman yli 14 prosenttia oli ensimmäisellä matkallaan Venäjällä. Syynä Venäjällä käyntien suureen määrään voi olla esimerkiksi se, että osa viisumivapaalla matkalla olleista asuu Lappeenrannan ja Venäjän rajan läheisyydessä. Lisäksi monella heistä saattaa olla monikertaviisumi Venäjälle, mikä tekee matkustamisesta helpompaa, kun joka kerralla ei tarvitse erikseen hankkia viisumia.

Suuri enemmistö, 80 prosenttia, aikaisemmin Venäjällä käyneistä vastaajista ei ollut koskaan tehnyt viisumivapaata matkaa (kysymys 5). Niiltä, jotka olivat ol-

leet viisumivapaalla matkalla aiemmin, kysyttiin myös heidän matkajankohtaansa. Kysymys osoittautui hyödylliseksi, sillä joidenkin ilmoittamana ajankohtana viisumivapaus ei ollut voimassa ja heidän kohdallaan kyselyn tuloksiin kirjattiin, etteivät he olleet tehneet viisumivapaata matkaa aikaisemmin. Pienelle osalle (17 vastaajalle) aikaisemmin Venäjällä käyneistä ensimmäinen matka Venäjälle oli ollut viisumivapaa. Moni viisumivapaan matkan tehneistä viittasi 1990-luvun viisumivapauteen ja silloin käytössä olleeseen Viipuri-korttiin, jolla pääsi viisumitta Venäjälle. Lähes puolet oli tehnyt viisumivapaan matkansa tämänhetkisen viisumivapauden aikana eli vuonna 2009 tai 2010.

Kysymyksessä kuusi asiakkailta kysyttiin heidän viisumivapaisiin matkoihinsa liittyvistä tiedonlähteistä. Kysymyksen avulla tarkasteltiin, mitkä kanavat matkojen konkretisoimiseen ovat tehokkaimpia. Jotkut vastaajista ilmoittivat saaneensa tietoa useista eri lähteistä. Tehokkaimmin, noin 35 prosentille asiakkaista, tieto oli kulkeutunut lehtien tai mainosten välityksellä. Lähes yhtä suuri osa, noin kolmannes vastaajista, oli kuullut viisumivapaista matkoista ystävältään, perheenjäseneltään tai tuttavaltaan.

Saimaan Matkaverkon oma Internet-sivusto oli toiminut tiedonlähteenä 22 prosentille vastaajista. Tämä osoittaa, että sivuston selkeä sisältö ja tietojen ajantasaisuus ovat tärkeitä osia matkojen konkretisoinnissa. Vastaajista 13 ei ollut vastannut tiedonlähteitä koskevaan kysymykseen lainkaan, mikä saattaa johtua siitä, etteivät he tienneet viisumivapaudesta. Muutama vastaaja ilmoittikin, että oli vasta matkan aikana saanut tietää olevansa viisumivapaalla matkalla. Tietämättömyys voi johtua siitä, että vastaajista moni oli ryhmämatkalla tai matkusti perheen ja ystävien kanssa. Tällöin matkan varaamisprosessin on voinut suorittaa joku muu henkilö kuin vastaaja itse. Lisäksi nykyisiä viisumivapaita matkoja on voinut tehdä vain kahtena kesänä, joten tieto niistä ei välttämättä ole kulkeutunut koko Suomen alueelle.

Voidaan siis todeta, että tietoisuus nykyisestä viisumivapaudesta ei välttämättä ole suomalaisten keskuudessa vielä perusteellista tai monet eivät tiedä, milloin viisumivapaus on ollut voimassa ja minkälaisia matkoja se koskee. Jotkut saattavat luulla, että laivamatkat Venäjälle ovat olleet aina viisumivapaita tai voivat

sekoittaa esimerkiksi ryhmäviisumillisen matkan viisumivapaaseen.

Kuviosta 5.3.1 havaittiin suomalaisten vastaajien jakautuminen eri viisumivapaille matkoille. Asiakkailta kysyttiin syitä heidän matkavalinnalleen, ja vastauksista voitiin havaita joitakin yleisiä matkavalinnan perusteita (kysymys 8). Pelkän viisumivapauden vuoksi matkalle oli lähtenyt vain harva. Monet vastanneista ilmoittivat, että joku muu henkilö, esimerkiksi ystävä, työtoveri tai perheenjäsen, oli suositellut heille kyseistä matkaa tai pyytänyt mukaan matkaseuraksi. Voidaan siis havaita, että Saimaan Matkaverkko on onnistunut luomaan positiivisen mielikuvan yrityksestä ja matkoista asiakkailleen, joiden kautta on saatu myös uusia asiakkaita.

Osa kyselyyn vastanneista ei ollut itse vaikuttanut mitenkään päätöksiin matkan valitsemiseksi, kuten edellä mainittiin. Monet muut kuitenkin mainitsivat, että matka oli valittu matkaseurueen kanssa yhteispäätöksellä. Jotkut olivat lähteneet matkalle pelkästä uteliaisuudesta, esimerkiksi edullisen hinnan perusteella tarjousmatkalle. Muutamat olivat lomalla Lappeenrannan seudulla, ja matka sopi siten heidän suunnitelmiinsa ja aikatauluunsa.

Monille myös matkan kesto, kohde tai ajankohta oli tärkeä kriteeri matkan valintavaiheessa. Monet, erityisesti päivämatkalla olleista, kertoivat arvostaneensa sitä, että matka oli lyhyt eikä kohteessa tarvinnut yöpyä. Joillekin matkakohde oli valittu uutena kohteena esimerkiksi perinteisen Tallinnan-matkan tilalle. Toiset taas halusivat vierailla synnyinkaupungissaan Viipurissa tai olivat käyneet siellä vuosia sitten ja halusivat nähdä, miten se oli muuttunut edellisestä käynnistä.

Saimaan kanava nähtävyytenä nousi yhdeksi suosituimmista matkalle lähdönsyistä ja jotkut mainitsivat kiinnostuksen kanavan näkemiseen ainoana erityisenä valintaperusteena. Saimaan Matkaverkko korostaakin Saimaan kanavaa yhtenä tarjoamiensa risteilymatkojen ainutlaatuisena ominaisuutena (Kinnunen & Laine 2010).

Matkalle lähdön perusteita haluttiin selvittää kysymällä, miten juuri viisumivapaus vaikutti vastaajien matkan valintaan (kysymys 9). Kysymykseen oli vastaamisen avuksi annettu kolme vaihtoehtoa, jotka olivat: helppous lähteä matkalle, matkan edullisuus ja risteilymatkaominaisuus. Vastaajat saivat esittää kysymykseen myös omia kommenttejaan. Kuviosta 6.1.3 nähdään annettujen vaihtoehtojen vastausprosentit suomalaisten viisumivapaiden matkustajien osalta.



Kuvio 6.1.3 Ominaisuudet, joita suomalaiset arvostivat viisumivapaissa matkoissa

Helppous lähteä matkalle oli vastaajien mielestä ylivoimaisesti suurin viisumivapaiden matkojen hyöty verrattuna viisumillisiin matkoihin. Tasan 67 prosenttia vastanneista oli sitä mieltä, että viisumivapaus helpottaa matkalle lähtöä ja se oli joidenkin vastaus myös kysymykseen 8. Toiseksi eniten viisumivapaudessa arvostettiin sen risteilymatkaominaisuutta, sillä noin 30 prosentilla se oli vaikuttanut valintaan. Edullisella hinnalla puolestaan oli ollut vaikutusta vain lähes 17 prosentin päätöksiin.

Vastaajien omista kommenteista kysymykseen 9 ei ilmennyt suuria lisäsyitä viisumivapaiden matkojen hyödyistä tai syyt olivat samoja kuin kysymyksen 8 vastauksissa. Jotkut vastaajista ilmoittivat omistavansa monikertaviisumin Venäjälle, joten viisumivapaudella ei heidän kannaltaan ollut lainkaan merkitystä. Muu-



tama kuitenkin ilmaisi, että oli lähtenyt matkalle juuri siksi, että ei omistanut viisumia ja viisumivapaus mahdollisti matkalle lähdön melko lyhyellä varoitusaajalla. Osa oli myös saanut lahjakortin, jonka hyödyntäminen edellytti viisumivapaan matkan tekemistä.

Kyselyn perusteella viisumivapaat matkat vastasivat hyvin asiakkaiden odotuksia ja lähes kaikki olivat matkaansa tyytyväisiä (kysymys 10). Tätä havainnollistetaan seuraavalla kuviolla:



Kuvio 6.1.4 Suomalaisen viisumivapaiden matkustajien tyytyväisyys matkaansa

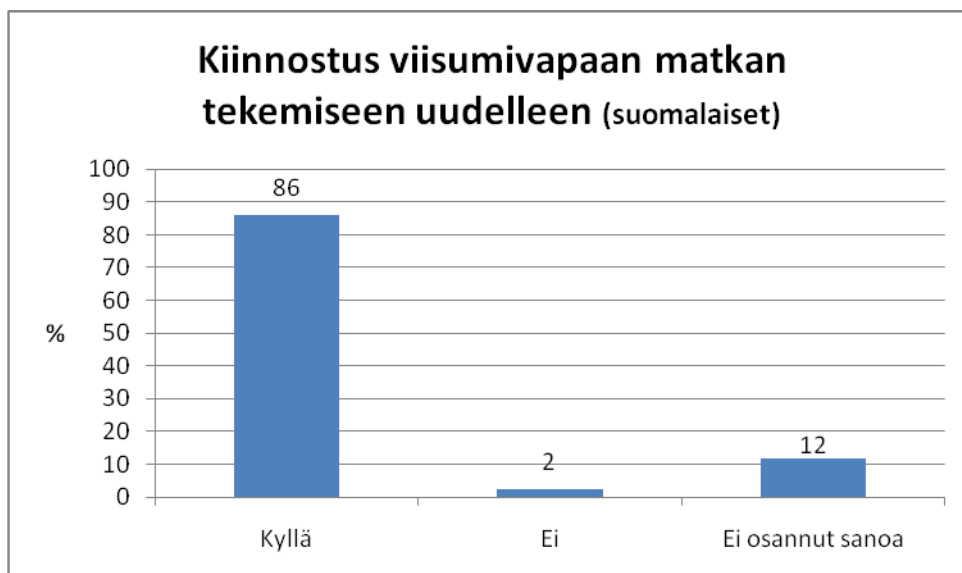
Jopa 91,5 prosenttia suomalaisista ilmaisi olleensa tyytyväinen matkaansa ja vain noin 2 prosenttia (10 matkustajaa) oli tyytymättömiä. Loput vastanneista eivät osanneet sanoa mielipidettään tai he olivat matkaansa sekä tyytyväisiä että tyytymättömiä. Vastauksiin pyydettiin myös sanallisia perusteluja. Tärkeimmiksi tekijöiksi tyytyväisyyden määrittämisessä nousivat selvästi esille matkajärjestelyjen onnistuminen ja sujuvuus asiakkaan näkökulmasta sekä matkanjohtajien ja laivahenkilökunnan asiakaslähtöinen toiminta ja palvelualltius.

Asiakkaiden vastauksista tyytyväisyyttä koskevaan kysymykseen voitiin havaita, että yleisesti heillä ei ollut matkalleen suuria odotuksia. Vastaukset ilmaisivat myös sen, että eri asiakkaille tyytyväisyys merkitsi eri asioita. Monet olivat tyyty-

väisiä, vaikka mainitsivat perusteluissaan joitakin havaitsemiaan matkaan liittyviä epäkohtia. Saattaa olla, että monet suomalaiset vielä nykyään ajattelevat Venäjälle matkustamiseen liittyvän usein ongelmia ja mielikuva Venäjästäkin voi olla jossain määrin negatiivinen. Siksi myös odotukset sinne matkustamisesta eivät välttämättä ole korkealla. Monet vastaajista kertoivat yllättyneensä positiivisesti, ja matka jopa ylitti heidän odotuksensa.

Tyytymättömyyteen liittyvät syyt olivat melko vähäisiä ja niihin Saimaan Matkaverkolla on vain vähän vaikuttamisen mahdollisuuksia. Joidenkin mielestä laivamatka oli liian pitkä, maissaoloaikaa oli liian vähän tai laivalla oli liikaa ihmisiä. Edellä mainittuja epäkohtia mainitsivat myös jotkut tyytyväisistä vastaajista. Muutama vastaaja oli pettynyt laivan ruokailujärjestelyihin tai hotelliin. Myös olosuhteet Venäjällä vaikuttivat vastaajien tyytyväisyyteen sekä negatiivisesti että positiivisesti. Monet olivat panneet merkille, miten esimerkiksi Viipurin kaupunki oli siistiytynyt edellisestä käynnistä, kun taas pieni osa kauhisteli Venäjän oloja.

Asiakkaiden tyytyväisyydestä kertoi myös vastanneiden kiinnostus uuden viisumivapaan matkan tekemiseen (kysymys 11), mikä havaitaan kuviosta 6.1.5.



Kuvio 6.1.5 Suomalaisen kiinnostus viisumivapaan matkan tekemiseen uudelleen

Hieman yli 85 prosenttia ilmoitti, että voisi lähteä viisumivapaalle matkalle uu-

delleen. Vain runsas 2 prosenttia ei haluaisi enää lainkaan tehdä viisumivapaata matkaa, ja alle 12 prosenttia ei osannut sanoa mielipidettään kysymykseen. Niistäkin, jotka olivat tyytymättömiä tämänkertaiseen matkaansa, jopa 8 vastaajaa kertoi olevansa valmis tekemään uuden viisumivapaan matkan.

Asiakkaat ovat kiinnostuneita tekemään viisumivapaita matkoja uudelleen, jopa lyhyen ajan kuluessa, kuten kysymyksen 5 vastauksista voitiin havaita. Matkaverkolla on siis hyvät edellytykset saada asiakkaita, jotka käyttävät yrityksen matkailupalveluja myös tulevaisuudessa. Usein asiakkaiden odotukset kasvavat ensimmäisen matkakokemuksen jälkeen. Tärkeää olisi siksi pyrkiä jatkuvasti uudistamaan ja parantamaan matkojen laatua, jotta asiakkaiden odotuksiin voidaan vastata tehokkaasti myös heidän seuraavilla matkoillaan. Tähän Matkaverkko pyrkiikin kiinnittämään tulevaisuudessa huomiota monipuolistamalla tarjontaansa ja seuraamalla matkailupalvelujen laatua asiakaspalautteiden avulla (Kinnunen & Laine 2010).

Vastaajilta pyydettiin sanallista mielipidettä Saimaan Matkaverkosta matkanjärjestäjänä sekä ehdotuksia viisumivapaiden matkojen kehittämiseksi (kysymykset 12 ja 13). Monet olivat vastanneet lyhyesti, suurin osa yhdellä sanalla. Yleisiä kommentteja olivat hyvä, ok, kohtuullinen, erittäin hyvä ja erinomainen. Jälleen palvelun asiantuntevuus sekä matkajärjestelyjen sujuvuus ja toimivuus olivat asiakkaiden yleisimpiä myönteisiä mielipiteitä yrityksen toiminnasta. Positiivisia mielikuvia olivat luoneet myös esimerkiksi toimiston ja laivan henkilökunta sekä kohteissa olleet matkanjohtajat. Negatiivisia palautteita oli hyvin vähän ja ne liittyivät lähinnä matkojen käytännön asioihin. Asioita, joista asiakkaat huomauttivat, olivat esimerkiksi tullimuodollisuuksien ja laivan aikataulun toimimattomuus, laivan tilausta, tyytymättömyys hotelliin sekä yrityksen Internet-sivustojen sekavuus. Edellä mainitut palautteet olivat kuitenkin yksittäisiä, eikä niitä siksi voi yleistää.

Vain vajaa kolmannes suomalaisista vastaajista oli antanut kehitysehdotuksia viisumivapaille matkoille. Ilmi tullesiin yleisimpiin kehitysehdotuksiin ei Saimaan Matkaverkko oikeastaan kykene vaikuttamaan, sillä suurinta osaa niistä ei voi tämänhetkisen viisumivapauden puitteissa toteuttaa. Yleisimmin asiakkaat ha-

luaisivat olla matkallaan kauemmin. Päivämatkoihin toivottiin hieman lisää aikaa Viipuriin nykyisen parin tunnin sijaan. Yöpymismatkoillakin oli toiveita pidentää matkan kestoa esimerkiksi neljään tai viiteen päivään. Erityisesti Pietarin matkoihin toivottiin enemmän matkapäiviä, jotta kaupunkiin ehtisi paremmin tutustua. Tällä hetkellä ehdotus on kuitenkin mahdoton toteuttaa viisumivapaana, sillä säännösten mukaan viisumivapaus käsittää enintään 72 tunnin maissaoloajan. Monet asiakkaat myös toivoivat, että toisen suunnan matkasta voisi kulkea linja-autolla tai junalla viisumivapaasti, mutta tämäkin on nykyään ilman viisumia mahdotonta.

Joidenkin matkustajien palaute liittyi laivamatkan kestoon, sillä matka kanavan läpi Lappeenrannasta Viipuriin kestää noin viisi ja puoli tuntia. Siksi osa matkustajista toivoi nopeampaa laivayhteyttä etenkin, kun viisumivapaus edellyttää edestakaista laivamatkaa ja tämän vuoksi päivämatkalla Viipurissa on vain pari tuntia aikaa. Matkan nopeuttamiseksi on kuitenkin jo tehty toimia ja laivan kulunopeus on nykyisin suurin mahdollinen. Laivan kapteenilta, Eero Metsältä (2010), saatujen tietojen mukaan m/s Carelialle on annettu erikoislupia muun muassa kanavan nopeusrajoitusten ylittämiseen, ja laivalla on etuoikeus myös ohittaa muita aluksia kanavassa.

Osa vastaajista mainitsi, että laiva oli liian ahdas eikä kaikille matkustajille riittänyt istumapaikkoja. Kuten aikaisemmin todettiin, m/s Carelian virallinen kokonaiskapasiteetti on 200 matkustajaa. Todellisuudessa kapasiteetin sopivaksi määrittäminen saattaa kuitenkin olla hankalaa ja esimerkiksi sääolosuhteilla tähän on suuri vaikutus. Laivassa on kahden sisäkannen lisäksi melko paljon tilaa ja istumapaikkoja myös aurinkokannella (Saimaa Travel 2010). Matkaverkko onkin pyrkinyt sesonkiajan ulkopuolella, toukokuussa ja elokuussa, vähentämään laivamatkustajien määrää, jotta sääolosuhteet olisi helpompi ottaa huomioon ja tilaa laivan sisätiloissa olisi riittävästi kaikille matkustajille. Tähän voisi kuitenkin kiinnittää entistä enemmän huomiota, jotta laiva ei tule liian täyteen syksyisten säiden lähestyessä.

Jotkut vastaajista toivoivat enemmän tietoa matkasta ja matkakohteesta sekä ennen matkaa että matkan aikana. Osa taas ilmaisi tyytyväisyytensä saamansa

informaation kattavuuteen. Yleisesti ottaen Saimaan Matkaverkko on pyrkinyt jakamaan riittävästi tietoa asiakkailleen, kuten aiemmin todettiin. Varausvaiheessa asiakkaat saavat matkaohjelman, josta käy ilmi matkan aikataulut ja muuta matkaan liittyvää hyödyllistä tietoa. Ennen matkaa tai matkan aikana asiakkaille jaetaan matkakohteen mukaan joko Viipurin tai Pietarin karttoja. Niitä on kuitenkin mahdotonta jakaa kaikille asiakkaille eikä Matkaverkolla ole käytännön syistäkään mahdollisuuksia antaa kirjallisena laajaa infopakettia.

Tietoa asiakkaan matkasta ja matkakohteista jaetaan matkaohjelman lisäksi myös muilla keinoin. Matkaverkon Lappeenrannan toimistosta on mahdollista saada erillisiä matkailijoille tarkoitettuja esitteitä esimerkiksi Viipurin tai Pietarin kaupungeista. Laivamatkalla risteilyemäntä kertoo matkustajille kanavasta, sen historiasta ja tärkeimmistä kanavan varrella olevista kohteista. Laivalla jaetaan myös Saimaan kanavasta kertovia esitteitä, joiden avulla asiakkaat saavat konkreettisemmän käsityksen kanavan eri piirteistä.

Matkoille toivottiin jonkin verran lisää ohjelmapalveluja, esimerkiksi erilaisia kiertojelumahdollisuuksia. Tässä voisi olla yksi keino matkojen kehittämiseksi. Matkaverkolla onkin pyrkimys vastata kysyntään tarjoamalla tulevaisuudessa erilaisia matkailutuotteita ja oheispalveluja. Matkaverkolla ei ole mahdollisuutta matkojen keston pidentämiseen, kuten todettiin, mutta se voi sen sijaan tarjota erilaisia matkakohdevaihtoehtoja. Tulevaisuudessa Viipurin ja Pietarin lisäksi tarjotaankin esimerkiksi viisumivapaita Käkisalmen ja Valamon matkoja (Kinnunen & Laine 2010.) Muun muassa oheispalvelujen osalta on kuitenkin otettava huomioon, miten niitä myydään ja miten ne voidaan pitää helposti hallinnassa, jottei synny ylimääräistä työtä ja kuluja.

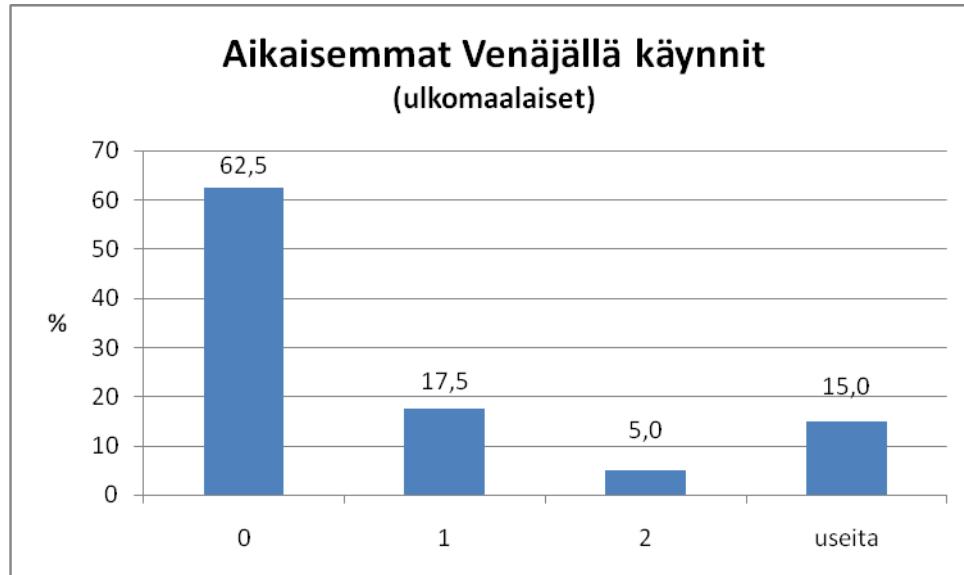
Osa kyselyyn vastanneista piti risteilymatkojen lähtöselvitys- ja tullimuodollisuuksia liian hitaina ja ehdotti toimia niiden tehostamiseksi. Tässä asiassa Saimaan Matkaverkossa voitaisiin suunnitella esimerkiksi Lappeenrannassa olevia passintarkastus- ja lähtöselvityskäytäntöjä. Ne hoitaa lähinnä laivan henkilökunta, ja yritys voisikin pohtia mahdollisuuksia niiden nopeuttamiseksi. Toisaalta Venäjän puolella tulli- ja passintarkastuskäytännöt ovat erityisesti viisumivapailla matkoilla erittäin tarkkoja, joten niiden nopeuttamiseen ei Matkaverkko voi vai-

kuttaa.

Seuraavaksi käsitellään ulkomaalaisten viisumivapaiden matkustajien kyselyvastauksia. Koska ulkomaalaisia oli kyselyajankohtana matkoilla vähän, ei täysin luotettavia tilastollisia tutkimustuloksia saatu. Siksi heiltä keskityttiin tarkastelemaan analysointivaiheessa tärkeimmiksi osoittautuneita kyselyn osioita. Ulkomaalaisten vastauksia pyrittiin mahdollisuuksien mukaan vertaamaan suomalaisten kyselyn tuloksiin.

## 6.2 Viisumivapaat matkat: ulkomaalaiset vastaajat

Kyselyn perusteella ulkomaalaisten viisumivapaiden matkustajien ikäjakauma oli samankaltainen suomalaisiin matkustajiin verrattuna. Alle 30-vuotiaita oli prosentuaalisesti jonkin verran enemmän (17,5 prosenttia). Odotetusti aikaisempien Venäjällä käyntien määrä oli päinvastainen suomalaisiin vastaajiin verrattuna, kuten nähdään kuviosta 6.2.1.



Kuvio 6.2.1 Ulkomaalaisten aikaisempien Venäjällä käyntien määrä

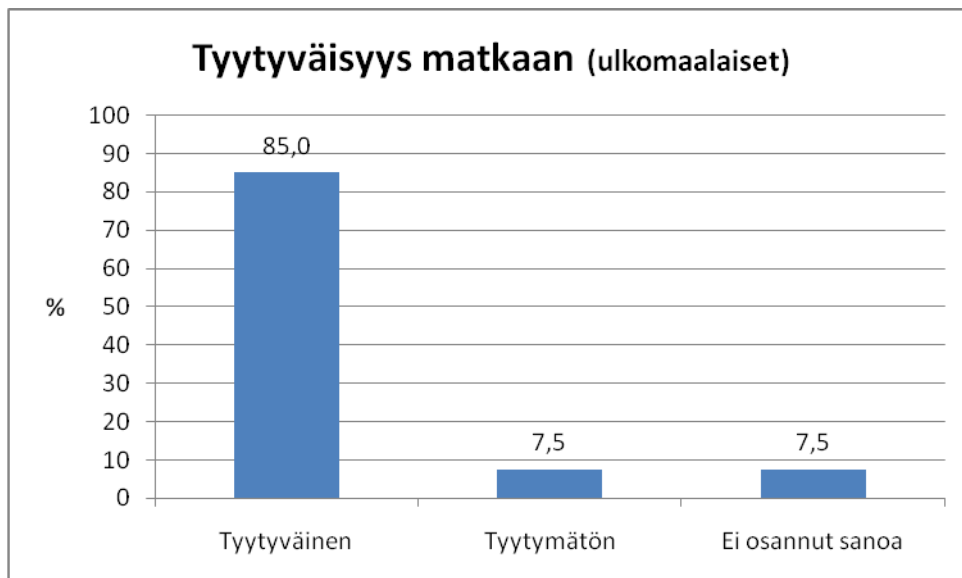
Yli 60 prosenttia ulkomaalaisista ei ollut aikaisemmin käynyt Venäjällä. Vain 15 prosenttia oli tehnyt useita Venäjän-matkoja, mutta viisumivapaat matkat eivät olleet ulkomaalaisille ennestään tuttuja. Vähäinen Venäjällä käyntien määrä ulkomaalaisten keskuudessa ei ollut yllättävää. Suomalaisille Venäjän läheisyys

tekee siitä helposti saavutettavan matkakohteen, kun esimerkiksi muualta Euroopasta Venäjälle matkustaminen on vaikeampaa ja matkoihin kuluu enemmän aikaa.

Puolet ulkomaalaisista vastaajista oli kuullut viisumivapaista matkoista ystävältään tai tuttavaltaan ja viidesosa Internetin välityksellä. Muita tiedonlähteitä ulkomaalaisilla ei juuri ollut. Tämä havainto oli odotettavissakin ja kertoo siitä, että ulkomaalaisten tavoittamiseksi tulisi kiinnittää huomiota esimerkiksi Internet-sivuston englanninkielisen osion selkeään sisältöön. Toisaalta voisi pohtia, miten Suomessa vierailevia ulkomaalaisia saataisiin tavoitettua parhaimmalla tavalla.

Suurin osa ulkomaalaisista oli valinnut yhden päivän matkan ja lähes kaikki muut olivat Pietarin kolmen päivän matkalla. Ulkomaalaiset arvostivat kysymyksessä 9 esitettyjä viisumivapaiden matkojen ominaisuuksia lähes samalla tavalla kuin suomalaiset. Tasan 65 prosentin mukaan matkustamisen helppous oli myös ulkomaalaisten keskuudessaan selvästi tärkein syy viisumivapaan matkan valitsemiseen. Risteilymatkan tai edullisen hinnan matkavalinnan syyksi oli valinnut vain muutama, kummassakin tapauksessa 12,5 prosenttia vastaajista. Muut syyt olivat pääpiirteissään samoja kuin suomalaisilla vastaajilla. Osalla matka sopi Suomeen suuntautuvan loman aikatauluun. Myös viisumivapaus ja Pietarin kaupunkiin tutustuminen mainittiin kriteereinä matkavalinnalle.

Asiakastyytyväisyys kävi ilmi myös ulkomaalaisille suunnatun kyselyn tuloksista, kuten kuvio 6.2.2 osoittaa.



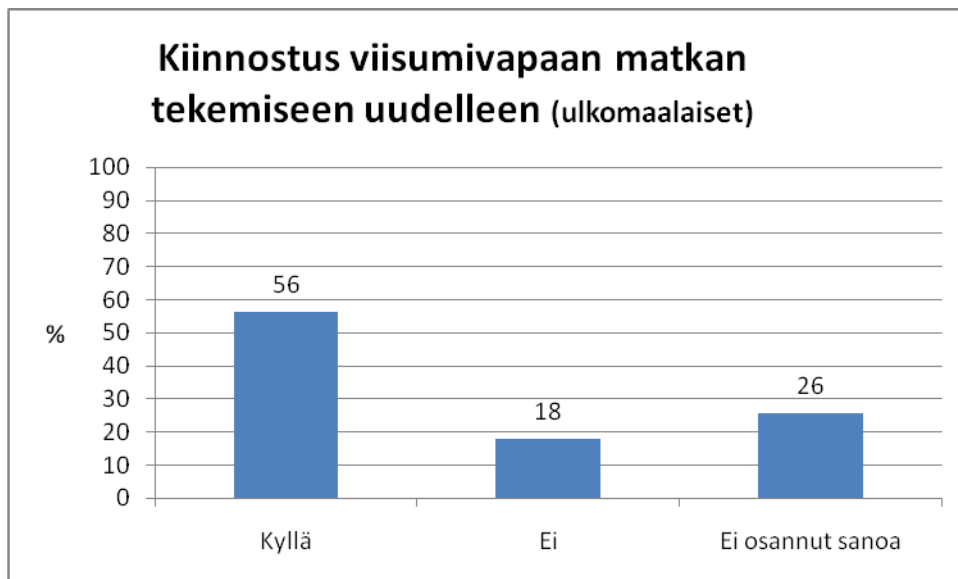
Kuvio 6.2.2 Ulkomaalaisten tyytyväisyys matkaansa

Ulkomaalaisista 85 prosenttia eli 34 kyselyyn vastannutta ilmoitti olleensa tyytyväinen matkaansa. Vain puolet oli esittänyt joitakin kriteerejä tyytyväisyydelle. Myös ulkomaalaiset arvostivat palvelua ja sen sujuvuutta, erityisesti risteilyemännän ahkeruutta kiiteltiin.

Ulkomaalaiset ilmaisivat suomalaisia herkemmin tyytymättömyytensä. Syyt tyytymättömyyteen liittyivät monilla laivamatkoihin: matka kesti liian kauan tai laiva oli liian täynnä. Jotkut Pietariin matkustaneista eivät myöskään pitäneet linja-automatkasta Viipurin ja Pietarin välillä, joidenkin mielestä se kesti liian kauan.

Vaikka tyytyväisyys matkaan ilmeni myös ulkomaalaisten keskuudessa, vain 56 prosenttia vastaajista oli halukas lähtemään viisumivapaalle matkalle uudelleen (kuvio 6.2.3).





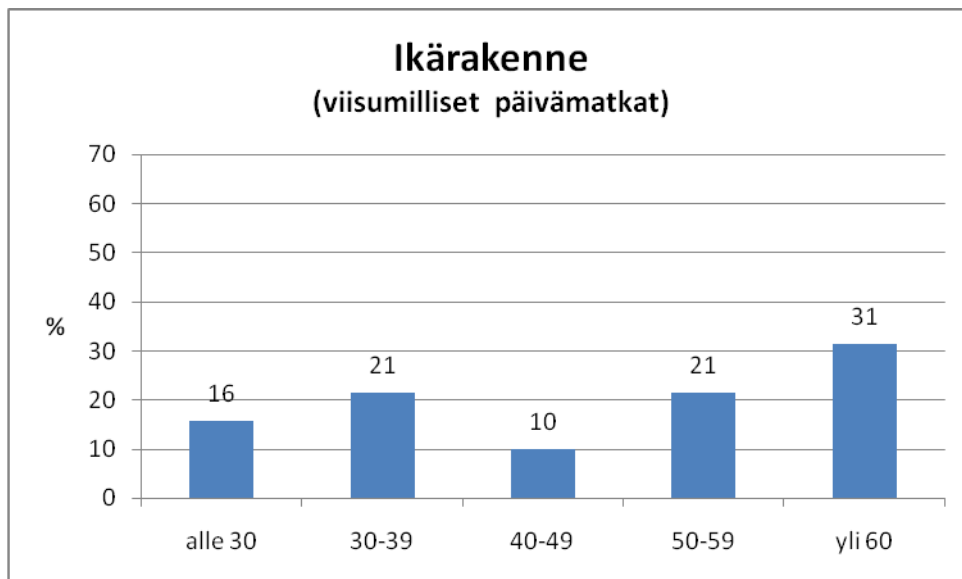
Kuvio 6.2.3 Ulkomaalaisten kiinnostus viisumivapaan matkan tekemiseen uudelleen

Pienempi kiinnostus viisumivapaiden matkojen tekemiseen ulkomaalaisten keskuudessa on ymmärrettävää. Kuten aiemmin mainittiin, monesti muualta kuin Suomesta matkustaminen Venäjälle kestää kauemmin ja siihen saattaa olla vähemmän mahdollisuuksia. Viisumivapauden puitteissa matkan kesto on vielä pidempi, sillä se edellyttää matkustamista laivalla molempiin suuntiin.

Suomalaisten tapaan myös ulkomaalaisilla oli yleisesti myönteinen näkemys Saimaan Matkaverkosta matkanjärjestäjänä eikä negatiivisia kokemuksia ilmennyt. Kehitystoiveetkin olivat usealla ulkomaalaisella samankaltaiset suomalaisiin verrattuna. Monet haluaisivat kulkea laivan lisäksi toiseen suuntaan junalla tai linja-autolla, tehdä pidempikestoisia viisumivapaita matkoja tai saada enemmän valinnanmahdollisuuksia matkakohteista.

### 6.3 Viisumilliset vastaajat

Viisumivapaisiin matkoihin verrattuna viisumillisilla matkoilla kyselyyn vastanneiden ikäjakauma oli painottunut tasaisemmin kaikenikäisiin matkustajiin. Seuraava kuvio havainnollistaa tätä:



Kuvio 6.3.1 Viisumillisten vastaajien ikärakenne

Edelleen kuitenkin yli 60-vuotiaita oli eniten, lähes kolmannes myös viisumillisten vastaajien keskuudessa. Aikaisempien Venäjällä käyntien määrä oli prosentuaalisesti lähes sama kuin suomalaisilla viisumivapailla matkustajilla, mutta moni ei ollut tehnyt viisumivapaata matkaa. Muutamaa vastaajaa lukuun ottamatta lähes kaikki olivat kuitenkin kuulleet viisumivapaudesta. Yleisin tiedonlähde oli lehti tai mainos, kuten suomalaisilla viisumivapailla matkustajillakin. Melkein puolet vastaajista oli saanut tietoa niiden kautta. Tiedonjakelussa osoittautuivat merkittäviksi myös Saimaan Matkaverkon Internet-sivusto ja matkustajien ystävät tai tuttavat.

Viisumillisille vastaajille kyselyn 9. kysymystä muokattiin ja siinä kysyttiin syitä viisumillisen matkan valitsemiseen viisumivapaan sijaan. Vastaamisen avuksi annettiin seuraavat vaihtoehdot: en tiennyt viisumivapaista matkoista, viisumin hakeminen ei tuntunut liian ongelmalliselta tai matkan aikataulu oli parempi. Kuviossa 6.3.2 tarkastellaan kunkin vaihtoehdon vastausprosentteja.



Kuvio 6.3.2 Viisumillisten vastaajien syitä matkan valintaan

Selvä enemmistö, lähes puolet, vastaajista ilmoitti matkavalinnan syyksi paremman aikataulun viisumivapaisiin matkoihin verrattuna. Vastauksista voidaan päätellä, että monelle yhden päivän matkalla muutaman tunnin lisäaika kohteessa on tärkeää. Lisäksi noilla viisumillisilla päivämatkoilla matkustusaika toiseen suuntaan linja-autolla on lyhyempi ja matkan hintaan kuuluu myös kiertojelu Viipurissa. Muutamat eivät olleet pitäneet matkaa varten tarvittavan viisumin hakemista ongelmallisena. Osalla vastaajista oli varmaankin itse hankittu viisumi, mikä helpotti viisumilliselle matkalle lähtöä. Lähes kaikki olivat kuulleet viisumivapaudesta, joten moni viisumillisten päivämatkojen asiakkaista todennäköisesti valitsi viisumillisen matkan tietoisesti.

Matkavalinnan syyt olivat muilta osin melko samoja kuin viisumivapailla matkustajilla. Monet olivat matkalla ystäviensä tai perheensä kanssa tai heidät oli pyydetty mukaan matkaseuraksi. Lisäksi useat mainitsivat jälleen Saimaan kanavan tai Viipurin matkan valinnan perusteena. Muutamalla samanlainen matka oli muodostunut jo perinteeksi usean vuoden ajalta.

Viisumillisten kyselyyn vastanneiden tyytyväisyys oli lähes suomalaisten viisumivapaiden vastaajien tasalla. Noin 85 prosenttia ilmoitti olevansa tyytyväisiä matkaansa ja loput eivät osanneet sanoa mielipidettään kysymykseen. Kukaan viisumillisista vastaajista ei kuitenkaan ilmoittanut olleensa tyytymätön. Tyyty-

väisyyttä vastaajat mittasivat yleisesti ja heilläkin järjestelyjen toimivuus ja sujuvuus sekä aikataulun täsmällisyys olivat arvostettavia tyytyväisyyden mittareita. Monet myös antoivat hyvää palautetta matkaan kuuluneesta kiertoajelusta, jonka aikana sai tietoa esimerkiksi Viipurin historiasta.

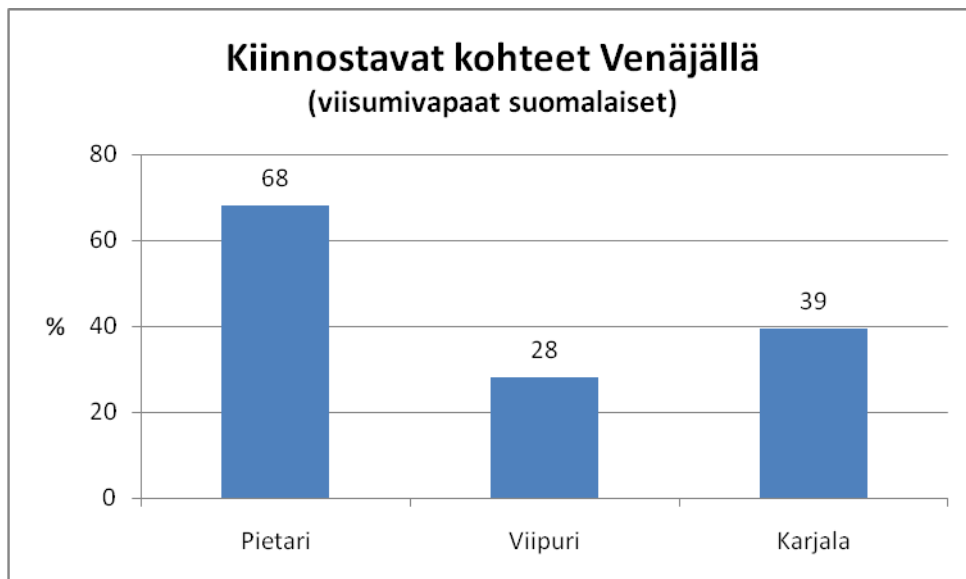
Mielipide Saimaan Matkaverkosta matkanjärjestäjänä oli yleisesti hyvä, vaikka vastaukset olivat erittäin lyhyitä. Kehitysehdotuksina oli samankaltaisia toivomuksia kuin muissakin kyselyissä. Jälleen oli mainittu esimerkiksi laivan lähtöselvityksen ja tullimuodollisuuksien parantaminen ja yksinkertaistaminen.

Kyselyjen perusteella voitaisiin päätellä, että viisumilliset matkustajat olivat tyytyväisimpiä matkaansa, sillä he eivät ilmaisseet tyytymättömyyttään, oikeastaan edes kyselyn avoimissa kysymyksissä. Toisaalta heiltä saatiin avoimiin kysymyksiin paljon vähemmän tutkittavia vastauksia kuin suomalaisilta viisumivapailta matkustajilta. Tulokset kuitenkin osoittavat, että viisumillisilla matkoilla on omanlaisensa asiakaskunta, ja sen vuoksi myös noiden matkojen järjestämiseen tulee edelleen varata resursseja. Viisumilliset päivämatkat tuovat myös asiakkaille valinnanmahdollisuuksia ja monipuolisuutta matkatarjontaan.

#### **6.4 Viisumivapaus tulevaisuudessa**

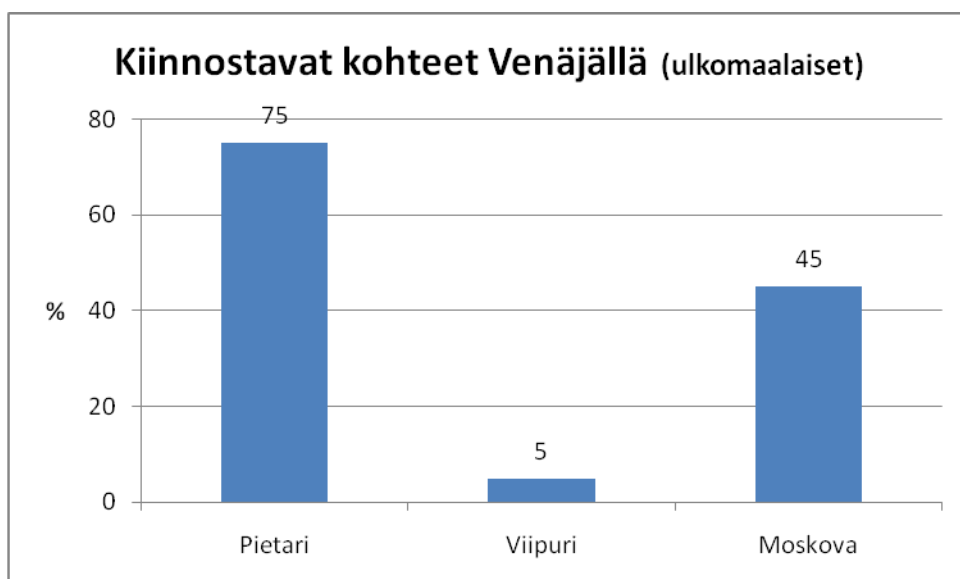
Asiakkaille tehdyissä kyselyissä kolme viimeistä kysymystä koskivat tulevaisuudessa mahdollisesti voimaan astuvaa laajempaa viisumivapautta EU:n ja Venäjän välillä sekä asiakkaita kiinnostavia matkakohteita ja matkustusmuotoja (kysymykset 14, 15 ja 16). Seuraavaksi tarkastellaan hieman niistä saatuja tuloksia.

Suomalaiset olivat ylivoimaisesti kiinnostuneimpia Pietarista Venäjän matkakohteenä molempien kyselyjen osalta (kysymys 14). Kuviossa 6.4.1 on esitetty viisumivapaiden suomalaisten vastaajien kiinnostus Pietariin, Karjalaan ja Viipuriin matkustamiseen. Kuvio 6.4.2 havainnollistaa ulkomaalaisten kiinnostusta Pietariin, Viipuriin ja Moskovaan matkakohteina.



Kuvio 6.4.1 Viisumivapaiden suomalaisvastaajien kiinnostavimmat matkakohteet Venäjällä

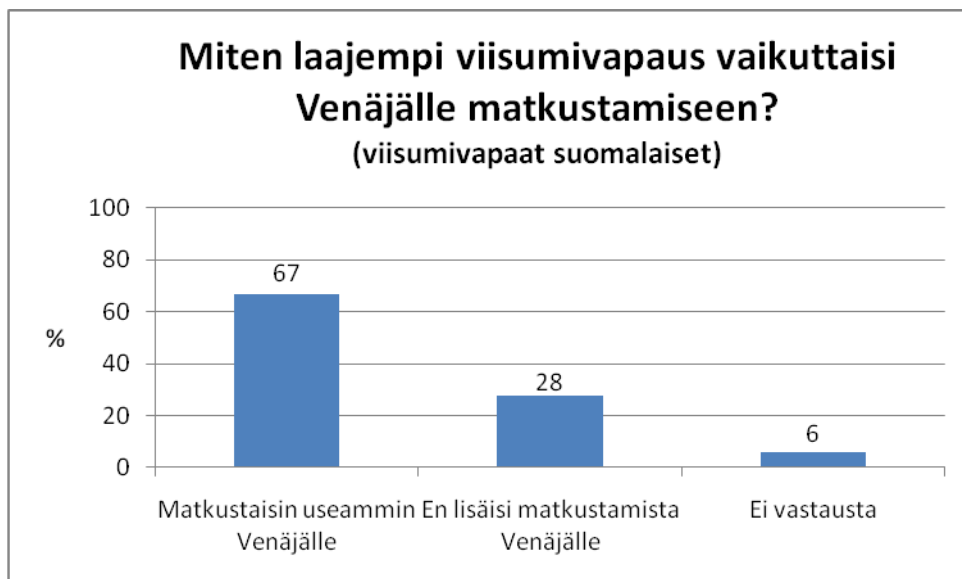
Viisumillisten vastaajien osalta kysymyksen 14 tulokset olivat samankaltaisia kuin kuviossa 6.4.1. Viisumivapaista matkustajista 68 prosenttia ja viisumillisilla matkoilla olevista 73 prosenttia ilmoitti olevansa kiinnostunut matkustamisesta Pietariin. Muita kysymykseen avuksi annettuja matkakohteita olivat Viipuri ja Karjala, joista jälkimmäinen oli selvästi suosittu. Vastaajat saivat ilmoittaa myös muita heitä kiinnostavia kohteita. Moskovan oli maininnut 47 viisumivapaalla matkalla olevaa vastaajaa ja 13 viisumillista päivämatkustajaa.



Kuvio 6.4.2 Ulkomaalaisten kiinnostus matkakohteisiin Pietari, Viipuri ja Moskova

Ulkomaalaisia kiinnostivat matkakohteina lähinnä Pietari ja Moskova. Heistä 75 prosenttia oli kiinnostunut tekemään matkan Pietariin ja 45 prosenttia Moskovaan. Kiinnostus Viipuriin sen sijaan oli todella vähäistä. Tämän osoittavat myös ulkomaalaisten matkavalinnat kyselyajankohtana. Vaikka suurin osa ulkomaalaisista oli päivän Viipurin-matkalla, yöpymismatkoilla lähes kaikki olivat valinneet Pietarin kolmen päivän matkan.

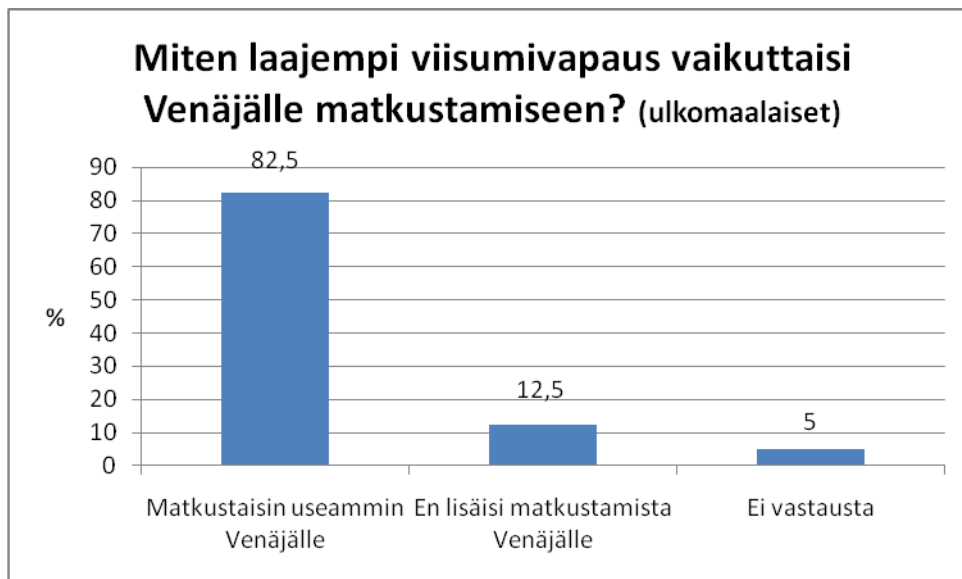
Kyselyn tulokset ilmaisivat, että jos laajempi viisumivapaus astuu voimaan, sekä suomalaisilla että ulkomaalaisilla on kiinnostusta matkustaa Venäjälle nykyistä enemmän. Seuraavassa kuviossa on esitetty suomalaisten viisumivapaiden matkustajien kiinnostus laajempaan viisumivapauteen:



Kuvio 6.4.3 Suomalaisten viisumivapaiden matkustajien kiinnostus Venäjän matkailuun, mikäli laajempi viisumivapaus astuisi voimaan

Suomalaisista huomattavasti yli puolet oli sitä mieltä, että he matkustaisivat useammin Venäjälle, mikäli laajempi viisumivapaus astuisi voimaan. Toisaalta lähes kolmannes ilmaisi, ettei laajemmalla viisumivapaudella olisi vaikutusta heidän matkustamiseensa Venäjälle.

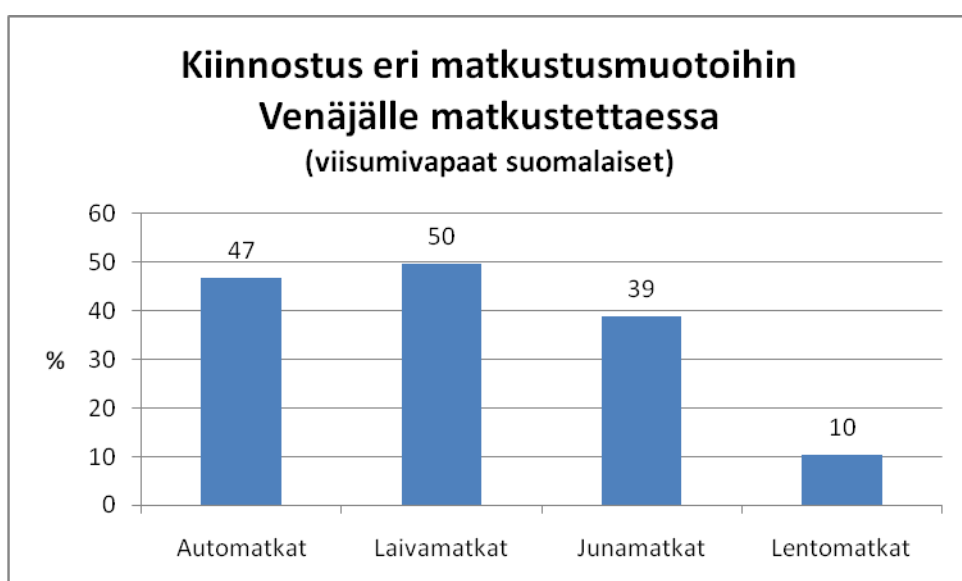
Ulkomaalaisilla oli selvästi suurempi kiinnostus Venäjälle matkustamiseen laajemman viisumivapauden puitteissa, mikä nähdään kuviosta 6.4.4: jopa yli 80 prosenttia lisäisi matkustamistaan.



Kuvio 6.4.4 Ulkomaalaisten kiinnostus Venäjän matkailuun, mikäli laajempi viisumivapaus astuisi voimaan

Suomalaisten ja ulkomaalaisten tuloksia kysymykseen 14 on kuitenkin mahdollonta verrata luotettavasti kyselyjen erilaisten vastausmäärien vuoksi. Voidaan kuitenkin yleisesti todeta sekä suomalaisten että ulkomaalaisten lisäävän matkustamistaan Venäjälle, mikäli laajempi viisumivapaus astuisi voimaan.

Suomalaisten ja ulkomaalaisten mieltymykset eri matkustusmuotoihin poikkesivat toisistaan suuresti, kuten havaitaan kuvioista 6.4.5 ja 6.4.6.

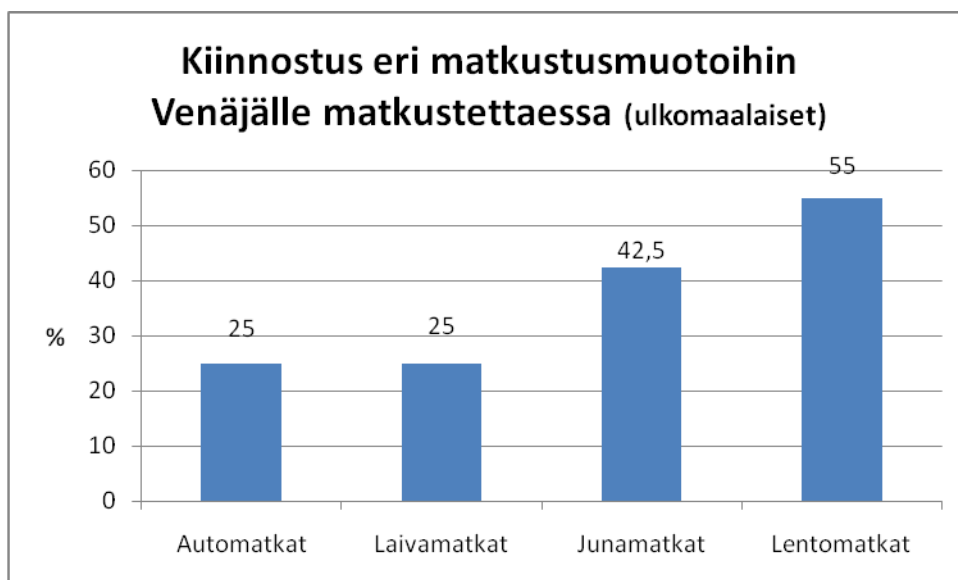


Kuvio 6.4.5 Suomalaisten viisumivapaiden vastaajien kiinnostus eri matkustusmuotoihin Venäjälle matkustettaessa

Noin 50 prosenttia suomalaisista viisumivapaista matkustajista kiinnostaisi edelleen tehdä laivamatkoja Venäjälle. Automatkojen suosituimmuus oli lähes yhtä suuri, 47 prosenttia vastanneista oli rastittanut sen. Myös junamatkat kiinnostaisivat yli kolmasosaa vastanneista, mutta lentomatkat sen sijaan eivät olleet suosiossa.

Viisumillisista päivämatkustajista lähes 54 prosenttia haluaisi tulevaisuuden viisumivapauden voimaan astuttua tehdä mieluiten automatkoja Venäjälle. Toiseksi suosituin vaihtoehto oli laiva (noin 44 prosenttia) ja kolmas juna (noin 41 prosenttia). Laivamatkat olivat siis myös viisumillisten matkustajien suosiossa. Kiinnostus lentomatkoihin oli lähes viisumivapailla matkoilla olleiden suomalaisten tasolla.

Suomalaisia kiinnostavat kohteet sijaitsevat lähellä Suomen ja Venäjän rajaa, joten auto- ja laivamatkoja on aikataulullisestikin helppo toteuttaa Suomesta. Melko varmasti myös Pietariin suuntautuvien junamatkojen suosio tulee kasvamaan Allegro-nopeajunayhteyden ansiosta tulevaisuudessa.



Kuvio 6.4.6 Ulkomaalaisten vastaajien kiinnostus eri matkustusmuotoihin Venäjälle matkustettaessa

Ulkomaalaisten matkustus perustuisi tulevaisuuden viisumivapauden myötä eniten lentomatkoihin, sillä yli puolet oli kiinnostunut niistä. Myös junamatkat



kiinnostivat ulkomaalaisia. Sen sijaan suomalaisten suosiossa olleet auto- ja laivamatkat kiinnostivat kumpikin vain neljäsosaa ulkomaalaisista. Ulkomaalaisten suuri kiinnostus lento- ja junamatkoihin on perusteltua, sillä matkustusajat noilla kuljetusmuodoilla ovat huomattavasti lyhyemmät auto- ja laivamatkoihin verrattuna, mikäli lähtöpaikka on kaukana.

Tulevaisuuden viisumivapauden tarkastelusta voitiin havaita, että Saimaan Matkaverkon asiakkaila on suurta kiinnostusta Venäjän matkailua kohtaan. Laivamatkojen suosio on myös tulevaisuudessa vakaa, erityisesti suomalaisten keskuudessa. Tämä osoittaa, että viisumivapaisiin risteilymatkoihin kannattaa panostaa myös tulevaisuudessa.

## **7 PÄÄTELMÄT**

Tämän opinnäytetyön tutkimus osoitti, että Saimaan Matkaverkko on onnistunut viisumivapaiden matkojen tuotteistamisprosessissa ja asiakkaat pitävät matkojen laatua korkeana. Tässä viimeisessä luvussa tarkastellaan lyhyesti tutkimuksesta saatujen tuloksien pääpiirteitä ja pohditaan, miten Matkaverkko voisi hyödyntää niitä toiminnassaan.

Tuotteistamista tarkasteltaessa havaittiin, että Matkaverkko on hyödyntänyt Venäjälle suuntautuvien risteilymatkojen suunnittelu- ja tuotantoprosessissa tehokkaasti kaikkia palvelujen tuotteistamiseen liittyviä osa-alueita: vakioimisen, systematisoinnin, konkretisoinnin ja hinnoittelun malleja. Viisumivapaiden matkojen tuotteistamisen tarkasteleminen selkeytti käsitystä noihin matkailupalveluihin liittyvistä käytännön toiminnoista. Esimerkiksi matkojen varausmenetelmien systematisointi selkeän varausjärjestelmän ja yhtenäisten toimintaohjeiden avulla on helpottanut ja yksinkertaistanut yrityksen toimiston työtä ja matkojen järjestelyä. Konkretisointi puolestaan on auttanut saamaan selkeyttä asiakkaiden mielikuviin matkoista. Yritys on tässä ottanut hyvin huomioon myös viisumivapauden, joka on nykyään näiden matkojen keskeinen piirre. Näin se on saanut rakennettua viisumivapaista matkoista laadukkaita ja asiakkaille mieluisia.

Empiirisen kyselytutkimuksen avulla selvitettiin asiakkaiden näkökulmia, mielipiteitä ja tyytyväisyyttä viisumivapaisiin matkoihin. Kyselyn tulosten kautta voitiin arvioida myös tuotteistamisprosessin onnistumista. Tuotteistamisen eri osalueiden hahmottaminen loi pohjan mahdollisille tuotteistamisprosessin jatko-toimenpiteille. Yritys voi nyt pohtia, miten tehostaa ja kehittää viisumivapaiden matkojen järjestelykäytäntöjä sekä ulkoisissa eli asiakkaalle näkyvissä toiminnoissa että yrityksen sisäisissä käytännöissä.

Risteilymatkojen viisumivapaus Venäjälle on ollut voimassa vain vähän aikaa, kahden risteilykauden ajan, joten Saimaan Matkaverkolla on vielä suuri asiakaskunta saavutettavissa. Kyselyn ikäjakaumien tarkastelu havainnollisti, että nuorten asiakkaiden tavoittamiseksi tulisi nähdä vaivaa. Toisaalta suuri asiakasryhmä ovat myös ne suomalaiset, joiden kotipaikka tai sukujuuret ovat Viipurin läheisyydessä. Tutkimuksesta kävi ilmi, että uusia asiakkaita oli saavutettu tehokkaasti muiden ihmisten kautta. Hyvin monet kyselyihin vastanneista olivat kuulleet viisumivapaista matkoista ystävältään tai tuttavaltaan, ja monelle heistä matkaa oli suositeltu. Huomion kiinnittäminen asiakastyytyväisyyden säilyttämiseen on siis ensiarvoisen tärkeää, sillä jokainen tyytyväinen asiakas on myös matkojen markkinointia edistävä tekijä.

Tutkimus osoitti, että asiakkaat arvostavat viisumivapaissa matkoissa ylivoimaisesti eniten matkalle lähdön helppoutta ja monet siis pitävät viisumiin liittyvien asiapapereiden toimittamista hankalana ja monimutkaisena. Lisäksi viisumivapaalle matkalle voi lähteä viisumillista matkaa lyhyemmällä varoitusajalla. Viisumivapauden lisäksi Saimaan kanavaa voidaan pitää yhtenä tärkeimmistä Saimaan Matkaverkon risteilymatkoihin liittyvänä etuutena, sillä useat kyselyihin vastanneet ilmoittivat lähteneensä matkalle vain nähdäkseen ja kokeakseen sen matkareittinä.

Voidaan havaita, että Matkaverkolla on risteilymatkoissaan monia asiakkaiden arvostamia ominaisuuksia, joita se voi hyödyntää esimerkiksi matkojen markkinoinnissa. Matkalle lähdön helppouden ja viisumivapauden havainnollistaminen ja konkretisointi, muun muassa suoramarkkinoinnin avulla, ovat myös osaltaan

mahdollisuuksia saada asiakkaat kiinnostumaan risteilymatkoista nykyistä enemmän ja tavoittaa laajempi asiakaskunta.

Asiakkaiden tyytyväisyys ja odotukset viisumivapaisiin matkoihin liittyivät yleisesti kaikkien kyselyjen osalta matkanjärjestelyjen onnistumiseen ja sujuvuuteen. Asiakkaiden mielipiteistä havaittiin, että asiakkaille on muodostunut positiivinen mielikuva Saimaan Matkaverkosta kokonaisuutena. Tutkimuksessa Matkaverkon etuna mainittiin, että yritys hoitaa lähes koko matkojen järjestelyprosessin oman henkilöstön kautta, joten sen on tällöin myös helpompi kontrolloida ja tarvittaessa oikaista menettelyjään.

Asiakkailta saatujen kehitysehdotusten pohjalta ei Saimaan Matkaverkolla juuriakaan ole resursseja tai mahdollisuuksia kehittää viisumivapaita matkoja, sillä suurinta osaa niistä on mahdotonta toteuttaa nykyisen viisumivapauden puitteissa. Mahdollisia kehittämisen kohteita löydettiin kuitenkin esimerkiksi lähtöselvitys- ja tullimuodollisuuksien osalta, joihin Matkaverkko voisi kiinnittää tulevaisuudessa huomiota.

Tutkimuksessa todettiin, että Saimaan Matkaverkolla on aikeita laajentaa viisumivapaiden matkojen tarjontaa lisäämällä matkakohteiksi esimerkiksi Käkisalmen ja Valamon sekä lisäämällä oheispalveluja. Matkailupalvelujen monipuolistaminen onkin hyödyllistä, sillä kiinnostus viisumivapaiden risteilymatkojen tekemiseen tulevaisuudessa oli kyselyjen perusteella hyvin suurta, ja suurin osa asiakkaista on valmiita lähtemään matkalle uudelleen. Tämä auttaa myös eri asiakasryhmien tavoittamisessa, sillä eri asiakkaat arvostavat matkoissa eri asioita. Uusien matkakohteiden ja muiden palvelujen lisääminen tarjontaan tuo näin enemmän valinnanvapautta, joten asiakkaat tuntevat matkan paremmin omiin tarpeisiinsa ja mieltymyksiinsä sopiviksi. Viisumillisille asiakkaille suunnattu kysely osoitti, että myös bussi-laiva- ja laiva-bussimatkoihin kannattaa edelleen varata resursseja, sillä viisumillisilla päivämatkoilla on täysin omanlainen asiakaskuntansa.

Tulevaisuudessa mahdollisesti voimaan astuva laajempi viisumivapaus kiinnosti Saimaan Matkaverkon asiakkaita, ja suurin osa lisäisi sen johdosta matkusta-

mistaan Venäjälle. Voidaan todeta, että laajemmasta viisumivapaudesta voisi olla Saimaan Matkaverkolle sekä hyötyä että haittaa. Mikäli laajempi viisumivapaus astuisi voimaan, asiakkaista saattaisi olla helpompaa varata esimerkiksi majoitus ja junaliput itse, ja näin palvelujen tarve saattaisi vähentyä. Myynti vähenisi myös viisumeiden osalta. Toisaalta Matkaverkko ei ole kokonaan Venäjälle suuntautuvan matkailun varassa hankittuaan m/s Brahen kotimaan risteilyjä varten.

Matkaverkon sijainti on erinomainen Venäjälle matkustamista ajatellen. Asiakkaita kiinnostava Pietari on hyvin lähellä, ja kulkuyhteydet sinne ovat monipuoliset. Saimaan Matkaverkko järjestää jo nykyään Pietariin viisumivapaita matkoja, mutta tulevaisuudessa, mikäli laajempi viisumivapaus astuu voimaan, olisi mahdollisuuksia tarjota asiakkaille vielä monipuolisempia matkailuvaihtoehtoja Venäjälle. Erityisesti joulukuussa 2010 käyttöön otettava Allegro-nopeajunayhteys varmasti lisää Venäjän matkojen kysyntää. Toisaalta Saimaan kanavaristeilyt Viipuriin pysyvät varmasti suosiossa myös tulevaisuudessa niiden ainutlaatuisuuden vuoksi.

## KUVIOT

Kuvio 5.3.1 Matkat, joilla suomalaiset viisumivapaat matkustajat olivat kyselyajankohtana, s. 42

Kuvio 5.3.2 Matkat, joilla ulkomaalaiset viisumivapaat matkustajat olivat kyselyajankohtana, s. 43

Kuvio 6.1.1 Suomalaisten viisumivapaiden matkustajien ikärakenne, s. 44

Kuvio 6.1.2 Viisumivapaiden suomalaismatkustajien aikaisemmat Venäjällä käynnit, s. 45

Kuvio 6.1.3 Ominaisuudet, joita suomalaiset arvostivat viisumivapaissa matkoissa, s. 48

Kuvio 6.1.4 Suomalaisten viisumivapaiden matkustajien tyytyväisyys matkaansa, s. 49

Kuvio 6.1.5 Suomalaisten kiinnostus viisumivapaan matkan tekemiseen uudelleen, s. 50

Kuvio 6.2.1 Ulkomaalaisten aikaisempien Venäjällä käyntien määrä, s. 54

Kuvio 6.2.2 Ulkomaalaisten tyytyväisyys matkaansa tekemiseen uudelleen, s. 56

Kuvio 6.2.3 Ulkomaalaisten kiinnostus viisumivapaan matkan, s. 57

Kuvio 6.3.1 Viisumillisten vastaajien ikärakenne, s. 58

Kuvio 6.3.2 Viisumillisten vastaajien syitä matkan valintaan, s. 59

Kuvio 6.4.1 Viisumivapaiden suomalaisvastaajien kiinnostavimmat matkakohdet Venäjällä, s. 61

Kuvio 6.4.2 Ulkomaalaisten kiinnostus matkakohteisiin Pietari, Viipuri ja Moskova, s. 61

Kuvio 6.4.3 Suomalaisten viisumivapaiden matkustajien kiinnostus Venäjän matkailuun, mikäli laajempi viisumivapaus astuisi voimaan, s. 62

Kuvio 6.4.4 Ulkomaalaisten kiinnostus Venäjän matkailuun, mikäli laajempi viisumivapaus astuisi voimaan, s. 63

Kuvio 6.4.5 Suomalaisten viisumivapaiden vastaajien kiinnostus eri matkustusmuotoihin Venäjälle matkustettaessa, s. 63

Kuvio 6.4.6 Ulkomaalaisten vastaajien kiinnostus eri matkustusmuotoihin Venäjälle matkustettaessa, s. 64

## LÄHTEET

- Albanese, P. & Boedeker, M. 2002. Matkailumarkkinointi. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Bergström, S. & Leppänen, A. 2004. Yrityksen asiakasmarkkinointi. 9. tarkistettu painos. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Edvardsson, B. 1998. Service Quality Improvement. Managing Service Quality: Kansainvälinen aikakausjulkaisu. 8. vuosikerta. 2. numero. Emerald. 142 - 145.
- Finlex. 1991. Valtion säädöstietopankki. Valtiosopimukset. 18/1991.  
<http://www.finlex.fi/fi/sopimukset/sopsteksti/1991/19910018> (Luettu 25.10.2010)
- Finlex. 1994. Valtion säädöstietopankki. Valtiosopimukset. 51/1994.  
<http://www.finlex.fi/fi/sopimukset/sopsteksti/1994/19940051> (Luettu 25.10.2010)
- Grönroos, C. 2000. Nyt kilpaillaan palveluilla. 5. painos. Porvoo: WS Bookwell Oy.
- Grönroos, C. 2001. Palveluiden johtaminen ja markkinointi. Porvoo: WS Bookwell Oy.
- HS. 2010. Helsingin Sanomien verkkolehti 2010. Venäjä patisteli EU:ta viisumivapauteen. 31.5.2010.  
<http://www.hs.fi/ulkomaat/artikkeli/Ven%C3%A4j%C3%A4+patisteli+EUta+viisumivapauteen/1135257229192>. (Luettu 12.6.2010)
- Isoviita, J. & Lahtinen, J. 1998. Asiakaspalvelu ja markkinointi. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Jaakkola, E., Orava, M. & Varjonen, V. 2009. Palvelujen tuotteistamisesta kilpailuetua Opas yrityksille. 4. painos. Helsinki: Tekes.
- Järvelin, K., Kvist, H., Kähäri, P. & Räikkönen, J. 1992. Palveluyrityksen laadun kehittäminen. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Kinnunen, U. 2010. Henkilökohtainen tiedonanto. 22.11.2010.
- Kinnunen, U. & Laine, K. 2010. Viisumivapaahaastattelu. kirsti.laine@saimaatravel.fi. 5.11.2010.
- Koivupuro, S. & Korpela, J. 2010. Matkustajaliikenteen viisumivapaus. Aineistoa Saimaan kanavan matkustajaliikenteen historiikkiin.
- Laine, K. 2010a. Saimaan Matkaverkko Oy. Koulutusmateriaali 2010.
- Laine, K. 2010b. Saimaan Matkaverkko Oy. Henkilökohtainen tiedonanto. 22.11.2010.

Lehtinen, U. & Niinimäki, S. 2005. Asiantuntijapalvelut tuotteistamisen ja markkinoinnin suunnittelu. Helsinki: WSOY.

LUT. Lappeenranta University of Technology. Palveluiden tuotteistaminen teknillä suunnittelu- ja konsultointialalla.

[http://www.kouvola.lut.fi/files/download/Palveluiden\\_tuotteistaminen.pdf](http://www.kouvola.lut.fi/files/download/Palveluiden_tuotteistaminen.pdf)

(Luettu 23.10.2010)

Metsä, E. 2010. m/s Carelian kapteeni. Henkilökohtainen tiedonanto. 10.6.2010.

Parantainen, J. 2010. Tuotteistaminen: rakenna palvelusta tuote 10 päivässä. 4. painos. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino Oy.

Saimaa Travel. 2010.

[http://www.saimaatravel.fi/\\_risteilytviipuriin.php?newsid=243](http://www.saimaatravel.fi/_risteilytviipuriin.php?newsid=243)

(Luettu 15.11.2010)

Sipilä, J. 1996. Asiantuntijapalvelujen tuotteistaminen. Porvoo: WSOY.

SMV. 2010. Saimaan Matkaverkko Oy. m/s Carelian matkustajaluettelot 2010.

Stubb, A. 2010. Suomen ulkoministeri. Ulkoasiainministeriö. Artikkelijulkaistu Venäjällä ilmestyvässä Vedomosti-lehdessä 9.3.2010.

<http://formin.finland.fi/Public/Print.aspx?contentid=190884&nodeid=15145&culture=fi-FI&contentlan=1> (Luettu 14.6.2010)

Ulkoasiainministeriö. 2010a. Maatiedosto Venäjä. EU-politiikka.

<http://formin.finland.fi/Public/default.aspx?nodeid=30739&contentlan=1&culture=fi-FI> (Luettu 25.10.2010)

Ulkoasiainministeriö. 2010b. Maatiedosto Venäjä. Kahdenväliset suhteet.

<http://formin.finland.fi/Public/default.aspx?nodeid=18156&contentlan=1&culture=fi-FI> (Luettu 25.10.2010)

Venäjän Federaatio. 2009. Lauttamatkojen viisumittomista järjestelyistä. 21.5.2009. Venäjän Federaation asetus 397.

Vilkka, H. 2005. Tutki ja kehitä. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Vilkka, H. 2007. Tutki ja mittaa Määrällisen tutkimuksen perusteet. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

**Viisumivapautta koskeva kysely**

Olen Marjut Rautiainen, Venäjän kaupan opiskelija Saimaan ammattikorkeakoulusta Lappeenrannasta. Teen opinnäytetyötä Saimaan Matkaverkolle ja aiheeni koskee viisumivapaita matkoja Venäjälle. Tämän kyselyn avulla kerään tietoa viisumivapaudesta asiakkaan näkökulmasta. Voitte palauttaa lomakkeen palautuslaatikkoon Tax free-myymlään tai risteilyemännälle.

Rastittakaa oikea vaihtoehto. Joihinkin kysymyksiin pyydän teitä vastaamaan sanallisesti tai perustelemaan vastauksenne.

1. Sukupuoli ☐ Nainen ☐ Mies
2. Ikä ☐ alle 30 ☐ 30-39 ☐ 40-49 ☐ 50-59 ☐ yli 60
3. Matkustatteko
  - ☐ yksin?
  - ☐ perheen kanssa?
  - ☐ ystävien kanssa?
  - ☐ ryhmämatkalla?
  - ☐ muussa seurassa?
4. Oletteko matkustaneet aikaisemmin Venäjälle?
  - ☐ en kertaakaan
  - ☐ kerran
  - ☐ kaksi kertaa
  - ☐ useita kertoja
5. Mikäli olette matkustaneet aikaisemmin Venäjälle, oletteko tehneet viisumivapaan matkan?
  - ☐ Kyllä. Milloin? \_\_\_\_\_ ☐ En
6. Mistä olette saaneet tietää viisumivapaista matkoista Venäjälle?
  - ☐ Internetistä Saimaan Matkaverkon sivuilta
  - ☐ Muualta Internetistä
  - ☐ Lehdestä / Mainoksesta
  - ☐ TV:stä / Radiosta
  - ☐ Kuullut ystävältä
  - ☐ Muualta. Mistä? \_\_\_\_\_
7. Millä viisumivapaalla matkalla olette nyt? Ympyröi kohde.
  - ☐ 1 päivän ☐ 2 päivän ☐ 3 päivän (Viipuri / Pietari) matkalla.
8. Millä perusteella valitsitte tämän matkan pituuden ja kohteen?

---

---

---





**9. Miksi valitsitte viisumivapaan matkan viisumillisen sijaan?**

- ☐ Helppous lähteä matkalle.
  - ☐ Edullinen hinta
  - ☐ Risteilymatka
  - ☐ Muista syistä. Mistä?
- 
- 

**10. Olitteko matkaanne tyytyväinen / Vastasiko matka odotuksianne?**

- ☐ Kyllä
- ☐ En / Ei
- ☐ En osaa sanoa

Perustele vastauksesi.

---

---

**11. Oletteko kiinnostunut tekemään viisumivapaan matkan uudelleen?**

- ☐ Kyllä
- ☐ En
- ☐ En osaa sanoa

**12. Mitä mieltä olette Saimaan Matkaverkosta matkanjärjestäjänä?**

---

---

**13. Onko teillä jonkinlaisia kehitysehdotuksia Saimaan Matkaverkolle viisumivapaita matkoja koskien?**

---

---

---

**Nykyinen viisumivapaus Venäjälle koskee ainoastaan laivalla molempiin suuntiin tehtäviä matkoja. Seuraavaksi vielä muutama lisäkysymys koskien mahdollista laajempaa viisumivapautta.**

**14. Mihin mieluiten matkustaisitte Venäjällä? Voitte valita useita kohteita.**

- ☐ Pietariin
- ☐ Viipuriin
- ☐ Karjalaan
- ☐ Muualle Venäjälle. Mihin? \_\_\_\_\_

**15. Matkustaisitteko useammin Venäjälle, mikäli viisumivapaus koskisi myös esimerkiksi auto- ja junamatkoja?**

- ☐ Kyllä
- ☐ En

**16. Millaisia matkoja tekisitte mieluiten Venäjälle?**

- ☐ automatkoja
- ☐ laivamatkoja
- ☐ junamatkoja
- ☐ lentomatkoja

**Kiitos vastauksistanne!**

**Palautattehan lomakkeen palautuslaatikkoon tai risteilyemännälle.**

**Questionnaire regarding visa-free trips to Russia**

I am Marjut Rautiainen studying International business and Russian trade in Saimaa University of Applied Sciences in Lappeenranta. I am making my final thesis about visa-free trips for Saimaa Travel. This questionnaire helps to get information about visa-free trips from the point of view of the customers. You can return this form to the box in Tax free shop, to the cruise director or to our office in Lappeenranta.

Choose the correct answer. I ask you to answer verbally to some questions or explain your answer.

1. **Gender** ☐ Female ☐ Male
2. **Age** ☐ under 30 ☐ 30-39 ☐ 40-49 ☐ 50-59 ☐ over 60
3. **Are you travelling**
  - ☐ alone?
  - ☐ with family?
  - ☐ with friends?
  - ☐ with a certain group?
4. **Have you been to Russia before?**
  - ☐ never
  - ☐ once
  - ☐ two times
  - ☐ several times
5. **If you have been to Russia before, have you made a visa-free trip?**
  - ☐ Yes. When? \_\_\_\_\_
  - ☐ No
6. **Where did you get to know about visa-free trips?**
  - ☐ From the Internet, homepages of Saimaa Travel
  - ☐ From the Internet elsewhere
  - ☐ From the newspaper / advertisement
  - ☐ From TV / Radio
  - ☐ From a friend
  - ☐ From elsewhere. From where? \_\_\_\_\_
7. **Which visa free trip did you choose this time? Please underline destination.**
  - ☐ 1 day tour
  - ☐ 2 day tour
  - ☐ 3 day tour (Vyborg / St. Petersburg)
8. **Why did you choose particularly this trip (the destination and time)?**

---

---

---



**9. Why did you choose the visa-free trip instead of one with visa?**

- ☐ It is easy way to travel.
  - ☐ The price is inexpensive.
  - ☐ It is a cruise.
  - ☐ For other reasons, such as: \_\_\_\_\_
- 

**10. Are you pleased with your trip? Did the trip meet your expectations?**

- ☐ Yes
- ☐ No
- ☐ I don't know

Please explain your answer.

---

---

**11. Are you interested in making the visa-free trip to Russia again?**

- ☐ Yes
- ☐ No
- ☐ I don't know

**12. What do you think about Saimaa Travel as tour operator?**

---

---

**13. Do you have any suggestions, for Saimaa Travel, how to develop visa-free trips?**

---

---

---

**At the moment the trip to Russia is visa-free only if you travel both ways by ship. There are a few extra questions regarding the possible wider visa-free programme.**

**14. Where would you preferably like to travel in Russia? You can choose several destinations.**

- ☐ St. Petersburg
- ☐ Vyborg
- ☐ Moscow
- ☐ Elsewhere in Russia. Where? \_\_\_\_\_

**15. Would you travel more often to Russia if there were more alternatives to travel visa-free (for example trips by car or train)?**

- ☐ Yes
- ☐ No

**16. What kind of trips would you preferably like to make to Russia?**

- ☐ by car / bus
- ☐ by ship
- ☐ by train
- ☐ by airplane

**Thank you for your answers!**

**Please return this questionnaire to the box in Tax free-shop or to the Cruise Director**

**Kysely Bussi-Laiva- ja Laiva-Bussimatkoille**

Olen Marjut Rautiainen, Venäjän kaupan opiskelija Saimaan ammattikorkeakoulusta Lappeenrannasta. Teen opinnäytetyötä Saimaan Matkaverkolle ja aiheeni koskee viisumivapaita matkoja Venäjälle. Tämän kyselyn avulla kerään tietoa viisumivapaudesta asiakkaan näkökulmasta. Voitte palauttaa lomakkeen palautuslaatikkoon Tax free-myymälään tai risteilyemännälle tai matkanjohtajalle.

Rastittakaa oikea vaihtoehto. Joihinkin kysymyksiin pyydän teitä vastaamaan sanallisesti tai perustelemaan vastauksenne.

**1. Sukupuoli** ☐ Nainen ☐ Mies

**2. Ikä** ☐ alle 30 ☐ 30-39 ☐ 40-49 ☐ 50-59 ☐ yli 60

**3. Matkustatteko**

- ☐ yksin?
- ☐ perheen kanssa?
- ☐ ystävien kanssa?
- ☐ ryhmämatkalla?
- ☐ muussa seurassa?

**4. Oletteko matkustaneet aikaisemmin Venäjälle?**

- ☐ en kertaakaan
- ☐ kerran
- ☐ kaksi kertaa
- ☐ useita kertoja

**5. Mikäli olette matkustaneet aikaisemmin Venäjälle, oletteko tehneet viisumivapaan matkan?**

- ☐ Kyllä. Milloin ja minkä matkan? \_\_\_\_\_ ☐ En

**6. Oletteko kuulleet viisumivapaista matkoista Venäjälle?**

- ☐ Kyllä. Mistä lähteestä?
- ☐ Internetistä Saimaan Matkaverkon sivuilta
  - ☐ Muualta Internetistä
  - ☐ Lehdestä / Mainoksesta
  - ☐ TV:stä / Radiosta
  - ☐ Kuullut ystävältä
  - ☐ Muualta. Mistä? \_\_\_\_\_

- ☐ En ole kuullut viisumivapaista matkoista.

**7. Millä perusteella valitsitte tämän matkan?**

---

---

---



**8. Miksi valitsitte viisumillisen matkan viisumivapaan matkan sijaan?**

- ☐ En tiennyt viisumivapaista matkoista.
  - ☐ Viisumin hakeminen ei tuntunut liian ongelmalliselta.
  - ☐ Matkan aikataulu on parempi.
  - ☐ Muista syistä. Mistä?
- 
- 

**9. Olitteko tähän matkaanne tyytyväinen / Vastasiko matka odotuksianne?**

- ☐ Kyllä
- ☐ En / Ei
- ☐ En osaa sanoa

Perustele vastauksesi.

---

---

**10. Oletteko kiinnostunut tekemään tulevaisuudessa viisumivapaan matkan?**

- ☐ Kyllä
- ☐ En
- ☐ En osaa sanoa

**11. Mitä mieltä olette Saimaan Matkaverkosta matkanjärjestäjänä?**

---

---

**12. Onko teillä jonkinlaisia kehitysehdotuksia Saimaan Matkaverkolle Venäjän matkoja koskien?**

---

---

---

**Tällä hetkellä viisumivapaus Venäjälle koskee ainoastaan laivalla tehtäviä matkoja. Seuraavaksi vielä muutama lisäkysymys koskien mahdollista laajempaa viisumivapautta Venäjälle matkustettaessa.**

**13. Mihin mieluiten matkustaisitte Venäjällä? Voitte valita useita kohteita.**

- ☐ Pietariin
- ☐ Viipuriin
- ☐ Karjalaan
- ☐ Muualle Venäjälle. Mihin? \_\_\_\_\_

**14. Matkustaisitteko useammin Venäjälle, mikäli viisumivapaus koskisi myös esimerkiksi auto- ja junamatkoja?**

- ☐ Kyllä
- ☐ En

**15. Millaisia matkoja tekisitte mieluiten Venäjälle?**

- ☐ automatkoja
- ☐ junamatkoja
- ☐ laivamatkoja
- ☐ lentomatkoja

**Kiitos vastauksistanne!**

**Palautattehan lomakkeen palautuslaatikkoon tai risteilyemännälle.**